

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

### **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

“Satisfacción laboral de los asesores comerciales y su influencia sobre la atención al cliente en la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.”

### **PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

#### **AUTORAS:**

Cuellar Avila, Carol Lizet

Torres Quispe, Ahyza Neryda

#### **ASESOR:**

Mag. PAZOS FALCON, ARTURO MANUEL

**LIMA – PERÚ**

**2018**

### **DEDICATORIA**

Agradecimiento a Dios, quién ha permitido poder concluir nuestra carrera.

A nuestros padres, porque ellos siempre estuvieron a nuestro lado brindándonos su apoyo y sus consejos, para hacer de nosotros mejores personas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos en primer lugar, a la empresa y a sus colaboradores TERCERIZA PERÙ S.R.L, quienes nos brindaron su apoyo en todos los requerimientos y consultas que necesitamos para el elaborar este trabajo de investigación.

También agradecemos nuestro profesor Arturo Pazos Falcón por los conocimientos vertidos en clase, por absolver nuestras dudas y gracias al énfasis que le puso a cada indicación que era necesaria para realizar un excelente proyecto de investigación.

Agradecer también a nuestros padres, puesto que gracias a sus esfuerzos y soporte, no hubiéramos podido estar donde nos encontramos ahora.

Finalmente agradecer a nuestra Alma Máter, por haber incluido el curso en nuestra malla curricular, ya que gracias a ello hemos podido captar nuevos conocimientos que son importantes para nuestra carrera y nuestro futuro profesional.

## **RESUMEN**

Nuestro proyecto tiene como objeto de estudio, comprobar la influencia que tiene la satisfacción laboral en la atención al cliente de la empresa Terceriza Perú S.R.L. del distrito de El Agustino.

Adicional, determinamos objetivos específicos, uno de ellos es como la empresa influye sobre la satisfacción laboral, otro son los factores que pueden presentarse en dicha empresa sobre la satisfacción y como los clientes influyen también en la atención brindada por los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L.

En este estudio, nuestra variable independiente (V.I.) fue la satisfacción laboral y como variable dependiente (V.D.) la atención al cliente. Consideramos a la V.I. un aspecto muy importante dentro del desempeño laboral en la empresa, al obtener trabajadores, en este caso; asesores comerciales que trabajen gustosamente ayudará a que la atención hacía sus clientes sea de manera eficiente, por ende, generará una mejor productividad.

El procedimiento estadístico a utilizar fue la encuesta, la investigación fue realizada a 100 asesores comerciales. De acuerdo a los resultados, se implantó que sí concurre influencia de satisfacción laboral en la atención al cliente que los asesores brindan; lamentablemente uno de los factores que implica dicho suceso es el establecer relaciones interpersonales, los jefes no estimulan trabajo en grupo, sino beneficios para la empresa y no para el trabajador. En ocasiones no son reconocidos por su desempeño laboral, no cuentan con la motivación de seguir y avanzar, a parte que sus comisiones son bajas y el esfuerzo y productividad sin muy exigentes.

Se concluye que nuestra hipótesis alterna fue acertada, por lo que se recomienda a la empresa mejorar sus comisiones y generar mayor motivación a los empleados, realizando actividades de integración, que la jerarquía no sea tan marcada y sobre todo que los escuchen frente a un problema o sugerencia.

**Palabras claves:** satisfacción laboral, empresa, factor determinante, áreas implicadas y atención al cliente.

## **ABSTRAC**

Our project has as object of study, to verify the influence that has the labor satisfaction in the attention to the client of the company Terceriza Peru S.R.L. from the district of El Agustino.

Additionally, we determine specific objectives such as knowing the influence that the company has on job satisfaction, what factors that occur in the company influence such satisfaction and how customers also influence the attention provided by the commercial advisors of Terceriza Perú S.R.L.

In this study, our independent variable (V.I.) was job satisfaction and as a dependent variable (V.D.) customer service. We consider the V.I. a very important aspect within the work performance in the company, when obtaining workers, in this case; Business advisors who work willingly will help the attention to their customers to be efficient, therefore, will generate better productivity.

The statistical procedure to be used was the survey, the research was conducted to 100 commercial advisers. According to the results, it was implemented that there is an influence of job satisfaction in the customer service provided by the advisers; unfortunately, one of the factors that this event implies is the establishment of interpersonal relationships, the bosses do not stimulate group work, but benefits for the company and not for the worker. Sometimes they are not recognized for their work performance, they do not have the motivation to continue and move forward, apart from their low commissions and effort and productivity without very demanding.

It is concluded that our alternative hypothesis was correct, so it is recommended that the company improve its commissions and generate greater motivation to employees, carrying out integration activities, that the hierarchy is not so marked and above all that they listen to a problem or suggestion.

**Key words:** job satisfaction, company, determining factor, areas involved and customer service.

# INDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>4</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>6</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>I. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
1.2.1. PROBLEMA GENERAL .....	17
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS .....	17
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	18
1.4. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.5. LIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
1.6.1. OBJETIVO GENERAL .....	20
1.6.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS .....	20
1.7. VIABILIDAD Y FIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
1.7.1. VIABILIDAD.....	21
1.7.2. FIABILIDAD .....	21
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	23
2.1.2. INVESTIGACIONES NACIONALES .....	26
2.2. BASES TEÓRICAS .....	30
2.2.1. SATISFACCIÓN LABORAL .....	30
2.2.1.1. SATISFACCIÓN .....	30
2.2.1.2. LABORAL .....	30
2.2.1.3. SATISFACCIÓN LABORAL .....	31
2.2.2. ATENCIÓN AL CLIENTE .....	34
2.2.2.1. ATENCIÓN .....	34
2.2.2.2. CLIENTE .....	34
2.2.2.3. ATENCIÓN AL CLIENTE .....	34
<b>III. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>37</b>
3.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	38
3.1.1. HIPÓTESIS ALTERNA.....	38
3.1.2. HIPÓTESIS NULA.....	38
3.2. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN .....	38
3.3. VARIABLES DE ESTUDIOS.....	39
3.3.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL.....	39
<b>TABLA 1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL.....</b>	<b>39</b>
3.3.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL .....	40
<b>TABLA 2 VARIABLE INDEPENDIENTE .....</b>	<b>40</b>
<b>TABLA 3 VARIABLE DEPENDIENTE .....</b>	<b>41</b>
3.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	41
3.4.1. TIPO DE ESTUDIO .....	41
3.4.2. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
3.4.2.1. NIVEL PERCEPTUAL .....	42



3.4.3.	<i>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</i>	43
3.4.3.1.	INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL	43
3.4.3.2.	DIAGRAMA DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	44
3.4.4.	<i>POBLACIÓN Y MUESTRA</i>	44
3.4.4.1.	POBLACIÓN	44
3.4.4.2.	MUESTRA DE ESTUDIO	45
3.4.5.	<i>CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN</i>	45
3.4.5.1.	CRITERIOS DE INCLUSIÓN	45
3.4.5.2.	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN	45
3.4.6.	<i>TIPO DE MUESTREO</i>	46
3.4.7.	<i>TAMAÑO PARA LA MUESTRA DE LA POBLACION FINITA</i>	46
3.4.8.	<i>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</i>	47
3.4.9.	<i>MATRIZ DE MAPEO DE LA ENCUESTA</i>	47
	<b>TABLA 4 MATRIZ DE MAPEO DE LA ENCUESTA</b>	<b>47</b>
3.4.10.	<i>RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN</i>	49
	<b>TABLA 5 RESUMEN DE VALIDACIÓN (TOTALES POR ÍTEM)</b>	<b>49</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 1 PREGUNTA DE EJEMPLO</b>	<b>50</b>
3.4.11.	<i>TÉCNICAS ESTADÍSTICAS DE ANÁLISIS DE DATOS</i>	50
3.4.12.	<i>PROCEDIMIENTO</i>	50
IV.	<b>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>51</b>
	<b>TABLA 6 PREGUNTA 1</b>	<b>52</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 2 PREGUNTA 1</b>	<b>52</b>
	<b>TABLA 7 PREGUNTA 2</b>	<b>53</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 3 PREGUNTA 2</b>	<b>53</b>
	<b>TABLA 8 PREGUNTA 2.B</b>	<b>54</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 4 PREGUNTA 2.B</b>	<b>54</b>
	<b>TABLA 9 PREGUNTA 3</b>	<b>55</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 5 PREGUNTA 3</b>	<b>56</b>
	<b>TABLA 10 PREGUNTA 4</b>	<b>56</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 6 PREGUNTA 4</b>	<b>57</b>
	<b>TABLA 11 PREGUNTA 5</b>	<b>58</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 7 PREGUNTA 5</b>	<b>58</b>
	<b>TABLA 12 PREGUNTA 5.B</b>	<b>59</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 8 PREGUNTA 5.B</b>	<b>59</b>
	<b>TABLA 13 PREGUNTA 6</b>	<b>60</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 9 PREGUNTA 6</b>	<b>61</b>
	<b>TABLA 14 PREGUNTA 7</b>	<b>61</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 10 PREGUNTA 7</b>	<b>62</b>
	<b>TABLA 15 PREGUNTA 8</b>	<b>63</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 11 PREGUNTA 8</b>	<b>63</b>
	<b>TABLA 16 PREGUNTA 8.B</b>	<b>64</b>
	<b>ILUSTRACIÓN 12 PREGUNTA 8.B</b>	<b>64</b>
	<b>TABLA 17 PREGUNTA 9</b>	<b>65</b>

ILUSTRACIÓN 13 PREGUNTA 9 .....	66
TABLA 18 PREGUNTA 9.B .....	66
ILUSTRACIÓN 14 PREGUNTA 9.B .....	67
TABLA 19 PREGUNTA 10 .....	68
ILUSTRACIÓN 15 PREGUNTA 10 .....	68
TABLA 20 PREGUNTA 10.B .....	69
ILUSTRACIÓN 16 PREGUNTA 10.B .....	69
TABLA 21 PREGUNTA 11 .....	70
ILUSTRACIÓN 17 PREGUNTA 11 .....	71
TABLA 22 PREGUNTA 11.B .....	71
ILUSTRACIÓN 18 PREGUNTA 11.B .....	72
TABLA 23 PREGUNTA 11.C .....	72
ILUSTRACIÓN 19 PREGUNTA 11.C .....	73
TABLA 24 PREGUNTA 12 .....	74
ILUSTRACIÓN 20 PREGUNTA 12 .....	74
TABLA 25 PREGUNTA 12.B .....	75
ILUSTRACIÓN 21 PREGUNTA 12.B .....	75
TABLA 26 PREGUNTA 13 .....	76
ILUSTRACIÓN 22 PREGUNTA 13 .....	76
TABLA 27 PREGUNTA 13.B .....	77
ILUSTRACIÓN 23 PREGUNTA 13.B .....	78
TABLA 28 PREGUNTA 14 .....	78
ILUSTRACIÓN 24 PREGUNTA 14 .....	79
TABLA 29 PREGUNTA 14.B .....	80
ILUSTRACIÓN 25 PREGUNTA 14.B .....	80
TABLA 30 PREGUNTA 15 .....	81
ILUSTRACIÓN 26 PREGUNTA 15 .....	82
TABLA 31 PREGUNTA 16 .....	82
ILUSTRACIÓN 27 PREGUNTA 16 .....	83
TABLA 32 PREGUNTA 17 .....	84
ILUSTRACIÓN 28 PREGUNTA 17 .....	84
TABLA 33 PREGUNTA 18 .....	85
ILUSTRACIÓN 29 PREGUNTA 18 .....	86
TABLA 34 PREGUNTA 19 .....	87
ILUSTRACIÓN 30 PREGUNTA 19 .....	87
TABLA 35 PREGUNTA 19.B .....	88
ILUSTRACIÓN 31 PREGUNTA 19.B .....	88
TABLA 36 PREGUNTA 20 .....	89

ILUSTRACIÓN 32 PREGUNTA 20 .....	89
TABLA 37 PREGUNTA 20.B .....	90
ILUSTRACIÓN 33 PREGUNTA 20.B .....	91
TABLA 38 PREGUNTA 21 .....	92
ILUSTRACIÓN 34 PREGUNTA 21 .....	92
TABLA 39 PREGUNTA 21.B .....	93
ILUSTRACIÓN 35 PREGUNTA 21.B .....	93
TABLA 40 PREGUNTA 22 .....	94
ILUSTRACIÓN 36 PREGUNTA 22 .....	95
<b>V. ANÁLISIS: HIPÓTESIS, OBJETIVOS Y MÉTODOS.....</b>	<b>96</b>
5.1. ANÁLISIS POR HIPÓTESIS .....	97
5.1.1. HIPÓTESIS ALTERNA.....	97
5.1.2. HIPÓTESIS NULA.....	97
5.2. ANÁLISIS POR OBJETIVOS.....	98
5.2.1. OBJETIVO GENERAL .....	98
5.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	99
5.3. ANÁLISIS DEL MÉTODO .....	100
5.3.1. POBLACIÓN .....	100
5.3.2. MUESTRA .....	101
5.3.3. TIPO DE MUESTREO .....	102
5.3.4. INSTRUMENTO.....	102
<b>VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>103</b>
6.1. CONCLUSIONES .....	104
6.2. RECOMENDACIONES .....	107
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>112</b>
<b>TABLA 41 MATRIZ DE CONSISTENCIA .....</b>	<b>113</b>

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL .....	39
TABLA 2 VARIABLE INDEPENDIENTE .....	40
TABLA 3 VARIABLE DEPENDIENTE .....	41
TABLA 4 MATRIZ DE MAPEO DE LA ENCUESTA.....	47
TABLA 5 RESUMEN DE VALIDACIÓN (TOTALES POR ÍTEM) .....	49
TABLA 6 PREGUNTA 1.....	52
TABLA 7 PREGUNTA 2 .....	53
TABLA 8 PREGUNTA 2.B .....	54
TABLA 9 PREGUNTA 3 .....	55
TABLA 10 PREGUNTA 4.....	56
TABLA 11 PREGUNTA 5.....	58
TABLA 12 PREGUNTA 5.B .....	59
TABLA 13 PREGUNTA 6.....	60
TABLA 14 PREGUNTA 7 .....	61
TABLA 15 PREGUNTA 8.....	63
TABLA 16 PREGUNTA 8.B .....	64
TABLA 17 PREGUNTA 9.....	65
TABLA 18 PREGUNTA 9.B .....	66
TABLA 19 PREGUNTA 10.....	68
TABLA 20 PREGUNTA 10.B .....	69
TABLA 21 PREGUNTA 11.....	70
TABLA 22 PREGUNTA 11.B .....	71
TABLA 23 PREGUNTA 11.C .....	72
TABLA 24 PREGUNTA 12.....	74
TABLA 25 PREGUNTA 12.B .....	75
TABLA 26 PREGUNTA 13.....	76
TABLA 27 PREGUNTA 13.B .....	77
TABLA 28 PREGUNTA 14.....	78
TABLA 29 PREGUNTA 14.B .....	80
TABLA 30 PREGUNTA 15.....	81
TABLA 31 PREGUNTA 16.....	82
TABLA 32 PREGUNTA 17.....	84
TABLA 33 PREGUNTA 18.....	85
TABLA 34 PREGUNTA 19.....	87
TABLA 35 PREGUNTA 19.B .....	88
TABLA 36 PREGUNTA 20.....	89
TABLA 37 PREGUNTA 20.B .....	90
TABLA 38 PREGUNTA 21.....	92
TABLA 39 PREGUNTA 21.B .....	93
TABLA 40 PREGUNTA 22.....	94
TABLA 41 MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	113

## INDICE DE GRAFICOS

ILUSTRACIÓN 1 PREGUNTA DE EJEMPLO .....	50
ILUSTRACIÓN 2 PREGUNTA 1 .....	52
ILUSTRACIÓN 3 PREGUNTA 2 .....	53
ILUSTRACIÓN 4 PREGUNTA 2.B.....	54
ILUSTRACIÓN 5 PREGUNTA 3 .....	56
ILUSTRACIÓN 6 PREGUNTA 4 .....	57
ILUSTRACIÓN 7 PREGUNTA 5 .....	58
ILUSTRACIÓN 8 PREGUNTA 5.B.....	59
ILUSTRACIÓN 9 PREGUNTA 6 .....	61
ILUSTRACIÓN 10 PREGUNTA 7 .....	62
ILUSTRACIÓN 11 PREGUNTA 8 .....	63
ILUSTRACIÓN 12 PREGUNTA 8.B.....	64
ILUSTRACIÓN 13 PREGUNTA 9 .....	66
ILUSTRACIÓN 14 PREGUNTA 9.B.....	67
ILUSTRACIÓN 15 PREGUNTA 10 .....	68
ILUSTRACIÓN 16 PREGUNTA 10.B.....	69
ILUSTRACIÓN 17 PREGUNTA 11 .....	71
ILUSTRACIÓN 18 PREGUNTA 11.B.....	72
ILUSTRACIÓN 19 PREGUNTA 11.C.....	73
ILUSTRACIÓN 20 PREGUNTA 12 .....	74
ILUSTRACIÓN 21 PREGUNTA 12.B.....	75
ILUSTRACIÓN 22 PREGUNTA 13 .....	76
ILUSTRACIÓN 23 PREGUNTA 13.B.....	78
ILUSTRACIÓN 24 PREGUNTA 14 .....	79
ILUSTRACIÓN 25 PREGUNTA 14.B.....	80
ILUSTRACIÓN 26 PREGUNTA 15 .....	82
ILUSTRACIÓN 27 PREGUNTA 16 .....	83
ILUSTRACIÓN 28 PREGUNTA 17 .....	84
ILUSTRACIÓN 29 PREGUNTA 18 .....	86
ILUSTRACIÓN 30 PREGUNTA 19 .....	87
ILUSTRACIÓN 31 PREGUNTA 19.B.....	88
ILUSTRACIÓN 32 PREGUNTA 20 .....	89
ILUSTRACIÓN 33 PREGUNTA 20.B.....	91
ILUSTRACIÓN 34 PREGUNTA 21 .....	92
ILUSTRACIÓN 35 PREGUNTA 21.B.....	93
ILUSTRACIÓN 36 PREGUNTA 22 .....	95

## INTRODUCCIÓN

En el mundo empresarial el clima laboral de cada empresa es muy variado, cada organización maneja diferentes filosofías, estilos de trabajo. El ambiente donde se desarrolla influye directamente en la productividad, formación, ventas, atención al cliente, de los trabajadores. Optimizar adecuadamente la satisfacción laboral de la organización aporta a mejorar las relaciones internas sobre los trabajadores y externas con clientes y proveedores.

Para que un colaborador sienta que puede alcanzar su potencial, debe tener las condiciones adecuadas. No es suficiente tener el entrenamiento y las herramientas necesarias. Hace falta también que se sienta a gusto, comfortable tanto de sus compañeros y jefes.

Desafortunadamente en nuestro país la mayoría de gerentes tratan a sus colaboradores de una manera equivocada, olvidando que los trabajadores son humanos, quienes más pasan tiempo en su centro laboral, y demandan necesidades específicas y fundamentales de la vida.

En la empresa es fundamental tener al personal idóneo, capaces de asumir riesgos, identificarse con las directrices, y estrategias que se desea implementar dentro la organización.

En esta investigación se analizará la empresa Terceriza S.R.L empresa cual hemos detectado que no cuenta con el clima profesional propicio para el desarrollo del capital humano, generando desmotivación en la gran mayoría de los colaboradores.

# **I. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### ***1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA***

Actualmente se percibe a modo de debate y controversial la relación que se genera entre la satisfacción laboral, con la competitividad, originándose un crecimiento empresarial con clientes conformes con el servicio; incluso analizar si hay alguna influencia entre ellos mismos.

Anteriormente, dueños y gerentes de empresas creían que un trabajador acorde, es aquel que muestra un adecuado desempeño laboral, que tiene un buen rendimiento en sus funciones, buena atención y predisponibilidad, sin embargo, aún no milita una relación exacta entre satisfacción en el trabajo, el desempeño en el mismo y la atención al cliente, ya que hemos podido ver a trabajadores conformes en su trabajo, pero su desempeño no es el adecuado y caso contrario a trabajadores inconformes pero realizan su labor adecuadamente.

Este trabajo de investigación posee como estudio de análisis a la satisfacción laboral y si primordial dicha satisfacción para un buen desarrollo de funciones, actitudes, comportamiento y como resultado de ese conjunto se brinde una óptima atención al cliente; si la influencia es significativa o de lo contrario, la satisfacción laboral no repercute en la atención al cliente que los trabajadores brindan, reconocemos que es un tema sumamente trascendental y complejo, como todo lo relacionado a la conducta y comportamiento humano.



## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

- ✓ ¿Cómo influye la satisfacción laboral de los asesores comerciales sobre la atención al cliente en la empresa TERCERIZA PERÙ S.R.L del distrito de El Agustino, 2017?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ✓ ¿De qué manera la empresa influye en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017?
- ✓ ¿Qué factores influyen en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017?
- ✓ ¿Cómo influyen los clientes para que la empresa les pueda brindar una buena atención con los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de Agustino, 2017?

### ***1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN***

Los negocios deben su éxito cada vez más a la atención que ofrece, la solución que aporta y la experiencia que brinda y no solamente al producto o servicio en sí.

Existen muchos factores que aportan a la adquisición de un bien y una de ellas es la correcta atención al cliente. Para que dicha atención sea brindada con calidad, incluye muchos aspectos, una de ellas es que el producto o servicio sea bueno y otra es la forma como el empleado lo ofrezca.

En la actualidad la publicidad y el marketing se basan más en emociones y justamente para que una organización este encaminada, tiene que priorizar la satisfacción de sus clientes, tanto externos (comprador o usuario), como internos (empleados). Este último es tema de mucha controversia, puesto que indican que una satisfacción laboral no es importante; nosotros indicamos que eso no es cierto, pues si el empleado se encuentra contento con lo que la empresa le brinda, se va a ver reflejado en todo lo que realice y cómo lo realiza.

Las empresas por ende, deben establecer condiciones e influir en los colaboradores que la integran, generar vínculos de fidelización, lealtad y apostar por el talento que tienen, trabajadores que puedan tener la opción de crecer profesionalmente.

La presente pesquisa pretende dar a conocer los posibles componentes que fiscalizan en pro y contra a los asesores comerciales de la sociedad Terceriza Perú S.R.L., como se encuentra el ambiente laboral y además como su satisfacción laboral se ve reflejado en la forma que brindan la atención a sus clientes.

#### ***1.4. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN***

- El presente trabajo se suscita en la provincia de Lima, Avenida Nicolás Ayllón 2941 – Distrito de El Agustino.
- Esta investigación, empezaremos a trabajar desde septiembre y terminaremos a fines de este año.
- Se analizará a profundidad los estudios e investigaciones previas, consultas y publicaciones, recopilando información necesaria y adecuada para la investigación.

#### ***1.5. LIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN***

Esta investigación presenta muchos factores pueden influir en la realización y culminación del mismo, tales como:

- El factor tiempo, adecuarnos a los horarios de refrigerio de los trabadores.
- Ubicación de la empresa, la cual se encuentra en plena reparación de vía pública.
- El factor económico, nos resultara un poco costoso ya que tendremos que movilizarnos continuamente.

## ***1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN***

### ***1.6.1. OBJETIVO GENERAL***

Determinar la influencia de la satisfacción laboral de los asesores comerciales sobre la atención al cliente en la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.

### ***1.6.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS***

- ❖ Conocer como la empresa influye en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.
- ❖ Conocer qué factores influyen en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017
- ❖ Conocer cómo influyen los clientes para que la empresa les pueda brindar una buena atención con los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.

## **1.7. VIABILIDAD Y FIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. VIABILIDAD**

- ❖ Nos resulta accesible el acceso a las muestras elegidas, ya que contamos con conocidos internamente.
- ❖ El lugar de encuesta nos resulta accesible, ya que residimos por el lugar en el cual está ubicada la empresa
- ❖ Hemos analizado que el trabajo de investigación resulta viable, siendo aún la problemática en la empresa un factor que se da en la actualidad.
- ❖ Nos resulta accesible el poder contactarnos directamente con los supervisores del área y así nos puedan orientar más acerca de nuestra muestra

### **1.7.2. FIABILIDAD**

- ❖ Dado que el sentido de esta investigación es crear una alternativa positiva, se podrá crear con buenas estrategias.
- ❖ Es fiable esta investigación para poder recomendar a muchas empresas, podrá ayudar en conocer más a sus trabajadores y aptitudes como molestias a la hora de trabajar, también el de poder buscar una solución para la mejora y bienestar de sus empleadores.
- ❖ Esta investigación es fiable ya que contamos con datos y resultados actuales de nuestra muestra.

## **II. MARCO TEÓRICO**

## **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

1. Rodríguez Álvarez, Mildred de Jesús – “Calidad en el servicio de atención al cliente en una empresa química industrial” para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresa en la UNIVERSIDAD VERACRUZANA (2004) Coatzacoalcos, Veracruz de Ignacio de la Llave – México.

**Objetivo General:** Comprender la importancia del servicio al cliente, el beneficio de dar un servicio excelente y lo que se necesita para dar un servicio más allá de las expectativas del cliente.

### **Conclusiones**

- a) Según la autora, <sup>1</sup>los cuestionarios se aplican actualmente de forma anual, lo cual me parece que es un tiempo de espaciado, por tanto sugiero realizarlas cada mes para evitar acumular problemas y detectarlos a tiempo de forma rápida y oportuna, cumpliendo con los lineamientos de la mejora continua.
- b) También indica que al <sup>2</sup>aplicarlos de una forma personal, ya que en dos departamentos, se envían por mail y esto no permite tener un control de respuesta.
- c) Adicional menciona que, <sup>3</sup>hacer conciencia en los jefes de departamento para fomentar la ética y profesionalismo en el momento de contestar los cuestionarios,

---

<sup>1</sup> Rodríguez Álvarez, Mildred de Jesús (2004) Pág. 67

<sup>2</sup> Rodríguez Álvarez, Mildred de Jesús (2004) Pág. 67

<sup>3</sup> Rodríguez Álvarez, Mildred de Jesús (2004) Pág. 67

para evitar el involucramiento de motivos personales que solo distorsionan las respuestas.

2. Cicerone, Laura – “Estudio comparativo sobre la exposición al Burn Out en trabajadores de call center, en la ciudad de Rosario”. Tesis previa a la obtención del grado académico en Licenciatura en Psicología. En la UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA (2013) Rosario – Argentina.

**Objetivo General:** Analizar comparativamente el grado de exposición al Burn Out en sujetos que trabajan en Call Center y en sujetos cuyo objeto de trabajo son personas pero no trabajan en Call Center, en la Ciudad de Rosario.

## **Conclusiones**

- a) La autora concluye que <sup>4</sup>la actividad laboral, es una parte fundamental en la vida de una persona. A través del trabajo, no solo se pretende el logro de la subsistencia en el sentido material, sino también la satisfacción de necesidades de realización.
- b) A parte nos informa que <sup>5</sup>en esta investigación se analizó comparativamente el grado de exposición al Burn Out en sujetos que trabajan en Call center y en sujetos cuyo objeto de trabajo son personas pero no trabajan en Call Center, en la Ciudad de Rosario.

---

<sup>4</sup> Cicerone, Laura (2013) Pág. 73

<sup>5</sup> Cicerone, Laura (2013) Pág. 73



- c) Por último la autora recalca que <sup>6</sup>para lograr este objetivo se ha analizado lo siguiente: Identificar el grado de exposición al Burn Out en operarios de Call Center, identificar el grado de exposición al Burn Out en sujetos cuyo objeto de trabajo son personas y no trabajan en Call Center y establecer comparaciones entre ambos grupos de sujetos.

3. Martínez Torres, Marina Dolores; Contreras Valencia, Daniela Alejandra y Figueroa Miranda, Adán Alberto – "Bitácora de atención a clientes de telefonía móvil ". Tesis previa a la obtención del grado académico en Ingeniera en la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (2015) Ciudad del Distrito Federal de México - México.

**Objetivo General:** Se pretende desarrollar una bitácora de atención a clientes de telefonía móvil, la cual permita capturar y guardar la información primordial sobre la atención al cliente en una base de datos para poder realizar filtros de datos los cuales permitan tener estadísticas del call center y del usuario.

## **Conclusiones**

- a) Los autores nos comunican que <sup>7</sup>en esta tesis se cumplieron los objetivos planteados, de tal manera que la bitácora de atención a usuarios cumple perfectamente con los requerimientos para satisfacer las necesidades de los

---

<sup>6</sup> Cicerone, Laura (2013) Pág. 73

<sup>7</sup> Martínez Torres, Marina Dolores; Contreras Valencia, Daniela Alejandra y Figueroa Miranda, Adán Alberto (2015) Pág. 65

usuarios y canalizarlos con las áreas correspondientes para una oportuna respuesta por parte de la compañía de telefonía móvil.

- b) A parte nos informan que en <sup>8</sup>esta bitácora de atención a clientes minimiza tiempos de procesamiento de datos, así como tiempos de respuesta a los problemas de los usuarios.
- c) Finalmente los autores indican que <sup>9</sup>se logró hacer una aplicación que agiliza el tiempo de captura, medir el tiempo de solución al usuario, mejorar el seguimiento del reporte (callback al cliente) y así mejorar la imagen de la compañía ante el cliente.

### **2.1.2. INVESTIGACIONES NACIONALES**

1. Subauste Arroyo, Rosa Mercedes – “Clima laboral en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 – San Vicente de Cañete” para optar por el título profesional de Ciencias Administrativas Contables de la facultad de ciencias contables y administrativas de la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE (2013) San Vicente de Cañete – Lima – Perú.

**Objetivo General:** Realizar un cambio positivo sobre el clima laboral dentro del área de atención al cliente de EMAPA CAÑETE S.A. y que repercuta en toda la organización y sea en beneficio de sus clientes.

---

<sup>8</sup> Martínez Torres, Marina Dolores; Contreras Valencia, Daniela Alejandra y Figueroa Miranda, Adán Alberto (2015) Pág. 65

<sup>9</sup> Martínez Torres, Marina Dolores; Contreras Valencia, Daniela Alejandra y Figueroa Miranda, Adán Alberto (2015) Pág. 65

## Conclusiones

- a) La autora dice que <sup>10</sup>los empleados pueden sentirse influenciados por ciertos factores al cumplir su jornada.
- b) La autora menciona que <sup>11</sup>el tema de la salud psicológica en lo laboral tiene que ser tratado de manera muy cautelosa a medida que se pueda buscar mejoras, tanto para el personal como para los responsables en las capacitaciones de los empleadores.
- c) Por último el titular recalca que <sup>12</sup>el estrés provoca un grado de insatisfacción en el ámbito laboral y es muy cotidiano para un personal que trabaja en atención al cliente, ya que las emociones son confundidas en lo personal como laboral.

2. Millan Lobatón, Jannet Del Rocío – “Clima Organizacional y Satisfacción Laboral de los colaboradores de la empresa Oncorad de Chiclayo en el 2016” para optar por el título de Licenciatura en Administración de empresas en la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO (2016) Chiclayo – Lambayeque – Perú.

**Objetivo General:** Determinar si existe relación positiva en el clima organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Oncorad de la ciudad de Chiclayo.

---

<sup>10</sup> Subauste Arroyo, Rosa Mercedes (2013) Pág. 76

<sup>11</sup> Subauste Arroyo, Rosa Mercedes (2013) Pág. 76

<sup>12</sup> Subauste Arroyo, Rosa Mercedes (2013) Pág. 76

## Conclusiones

El Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral por ser ambos factores fundamentales para la armonía institucional, al realizar el análisis de la clínica Oncorad se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Las autores concluyen en primer lugar que <sup>13</sup>el Análisis Factorial Confirmatorio de la variable Satisfacción Laboral mostró evidencia que existe una elevada aproximación entre el modelo teórico y los resultados obtenidos en la investigación.
- b) También las autoras indican que <sup>14</sup>el Análisis Factorial Confirmatorio de la variable Clima Organizacional no evidenció dimensiones o factores de dicha variable, tomándolo como un constructo univariable.
- c) Finalmente las Se concluye a partir de la evidencia encontrada en la presente investigación, que las autoras concluyen que lo <sup>15</sup>expuesto en el marco teórico es comprobada en la realidad de la empresa.

3. Quispe Aquino, Norma – “Clima Organizacional y Satisfacción laboral en la asociación para el desarrollo empresarial en Apurímac, Andahuaylas, 2015.” para optar por el título de Licenciatura en Administración de empresas en la UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS (2015), Andahuaylas – Apurímac – Perú.

**Objetivo General:** Determinar en qué medida se relaciona el clima organizacional y la satisfacción laboral en la Asociación para el Desarrollo Empresarial en Apurímac,

---

<sup>13</sup> Millan Lobatón, Jannet Del Rocío (2016) Pág. 53

<sup>14</sup> Millan Lobatón, Jannet Del Rocío (2016) Pág. 53

<sup>15</sup> Millan Lobatón, Jannet Del Rocío (2016) Pág. 53

Andahuaylas, 2015.

## Conclusiones

- a) Según la autora al investigar concluyó <sup>16</sup>sometiendo al coeficiente de Spearman evidencian una correlación de 0,652. Lo que significa que existe relación positiva moderada entre el clima organizacional y satisfacción laboral en la Asociación para el Desarrollo Empresarial en Apurímac, Andahuaylas, 2015. Por tanto se considera comprobada la hipótesis general.
- b) También dedujo la autora <sup>17</sup>que existe relación positiva baja entre la dimensión estructura del clima organizacional con la satisfacción laboral en la Asociación para el Desarrollo Empresarial en Apurímac, Andahuaylas, 2015.
- c) Al final concluyó la autora que <sup>18</sup>existe relación positiva moderada entre la dimensión autonomía del clima organizacional con la satisfacción laboral en la Asociación para el Desarrollo Empresarial en Apurímac, Andahuaylas, 2015.

---

<sup>16</sup> Quispe Aquino, Norma (2015) Pág. 45

<sup>17</sup> Quispe Aquino, Norma (2015) Pág. 45

<sup>18</sup> Quispe Aquino, Norma (2015) Pág. 45

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. SATISFACCIÓN LABORAL**

#### **2.2.1.1. SATISFACCIÓN**

##### **1) Concepto:**

Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse.<sup>19</sup>

<sup>20</sup>La satisfacción era una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio.

La autora indico que <sup>21</sup>la Satisfacción es una respuesta emotiva del consumidor, por efecto a la vivencia que tuvo con un bien o servicio.

#### **2.2.1.2. LABORAL**

##### **1) Etimología**

Derivado de la palabra labor. La palabra “labor” viene del latín labor y este de la raíz indoeuropea.

---

<sup>19</sup> Real Academia Española - RAE

<sup>20</sup> Bachelet (1992) Pág. 72.

<sup>21</sup> Bachelet (1992) Pág. 72.

## **2) Concepto:**

Perteneciente o relativo al trabajo, en su aspecto económico, jurídico y social<sup>22</sup>.

Según Davis y Newton<sup>23</sup>, definen que es un conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con que los empleados ven su trabajo. Se trata de una actitud afectiva, un sentimiento de agrado o desagrado relativo hacia algo.

### **2.2.1.3. SATISFACCIÓN LABORAL**

## **1) Concepto:**

<sup>24</sup>La satisfacción laboral ha sido uno de los temas que se han estudiado con más intensidad en el campo de la psicología industrial y organizacional. Literalmente, han sido miles los libros y artículos que se han escrito sobre ella. Ello es reflejo de la importancia del tema tanto para los investigadores como para el público en general.

<sup>25</sup>La satisfacción laboral, entendida como un factor que determina el grado de bienestar que un individuo experimenta en su trabajo, se está convirtiendo en un problema central para la investigación de la organización.

<sup>26</sup>Así, la satisfacción laboral es uno de los ámbitos de la calidad de vida laboral que ha captado mayor interés. En un primero momento, la atención se centró en los efectos de la satisfacción laboral sobre variables como la accidentabilidad, el absentismo, el cambio y el abandono de la organización. Posteriormente, los intereses se centraron en la calidad de laboral. Así por ese

---

<sup>22</sup> Real Academia Española - RAE

<sup>23</sup> Davis y Newton 2003 Pág. 5

<sup>24</sup> Edwin A: Locke (1984) Pág. 6

<sup>25</sup> Boada y Tous (1993) Pág. 7

<sup>26</sup> Aldag y Brief (1975) Pág. 5

motivo la satisfacción laboral se ha configurado como una dimensión valiosa en sí misma para la intervención organizacional.

Robbins y Coulter <sup>27</sup> señalan las tres clases de características del empleado que afectan las percepciones del deber ser.

- ✓ Las necesidades.
- ✓ Los valores.
- ✓ Rasgos personales.

## **2) Teorías que definen la satisfacción laboral**

Según Landy y Conte<sup>28</sup> explica que es como un estado mental producido por el ser humano y el considera que existen dos teorías como:

1. Teorías del valor: Landy y Conte indican que la importancia relativa de un aspecto laboral en particular para el trabajador influye en sus respuestas.
2. Teoría del proceso Oponente: Según Landy y Conte, esta teoría tiene como hipótesis a la reacción emocional que está acompañada por una reacción opuesta, como si al interactuar con un supervisor y cauda alegría, también puede haber una reacción negativa emocional.

---

<sup>27</sup> Robbins y Coulter (2005) Pág. 36

<sup>28</sup> Landy y Conte (2005) Pág. 382



## **Calidad**

Según Deming <sup>29</sup> define, la calidad como tangible, medible y es la clave para la competitividad ya que índice directamente con la productividad y reducción costos. La calidad aumenta, por lo tanto, bajan los costos y los ahorros se le pueden pasar al consumidor.

Es el conjunto de actividades desarrolladas por la organización con orientación al mercado, en caminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para los, logrando de este modo cubrir sus expectativas por, tanto crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

### **3) Modelo tentativo de Factores Determinantes de Satisfacción Laboral:**

<sup>30</sup>De acuerdo a los hallazgos, investigaciones y conocimientos acumulados consideramos que los principales factores que determinan la satisfacción laboral son:

- Reto del trabajo
- Sistema de recompensas justas
- Condiciones favorables de trabajo
- Colegas que brinden apoyo

---

<sup>29</sup> Deming (2008), Pág. 13

<sup>30</sup> Robbins (1998), Pág. 27

### **2.2.2. ATENCIÓN AL CLIENTE**

#### **2.2.2.1. ATENCIÓN**

##### **1) Concepto:**

Acción de atender.<sup>31</sup>

<sup>32</sup>“Todo el mundo sabe lo que es la atención. Es tomar posesión de la mente, de una forma clara y vivida, de uno de los que parecen ser diferentes objetos o líneas de pensamiento que suceden de forma simultánea. Su esencia son la localización y la concentración de la conciencia. Implica dejar de lado algunas cosas para poder tratar de forma efectiva otras.”

#### **2.2.2.2. CLIENTE**

##### **1) Concepto**

Persona<sup>33</sup> que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

En el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., encontramos que "cliente" es un <sup>34</sup>Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía”.

#### **2.2.2.3. ATENCIÓN AL CLIENTE**

---

<sup>31</sup> Real Academia Española-RAE

<sup>32</sup> William James (1890) Pág. 403 - 404

<sup>33</sup> Real Academia Española-RAE

<sup>34</sup> Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., (1999), Pág. 54.

### 1) **Definición:**

El autor GÓMEZ <sup>35</sup> indica que:

Es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

### 2) **Características del servicio de atención al cliente**

Según el autor, Humberto Serna Gómez indica que entre las características más usuales podemos encontrar las siguientes:

- 1) Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- 2) Es perecedero, se produce y consume instantáneamente.
- 3) Es continuos, quien lo produce a su vez es el proveedor de servicio.
- 4) Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.

Según el autor Gómez <sup>36</sup> indica que el servicio al cliente tanto como externo hay que vender primero dentro y después fuera. Estrategia del mercadeo que no se gana a dentro con los colaboradores, no se gana afuera.

Los elementos enunciados son el contexto dentro del cual se presentarán la metodología para analizar la auditoria del servicio, con empresas industriales y de servicios.

---

<sup>35</sup> Gómez (2006), Pág. 19

<sup>36</sup> Gómez 2006 pág. 20

### **3) Importancia de la Atención al cliente**

Según el autor en su texto Núñez <sup>37</sup> afirma que:

En el mundo globalizado en el cual nos encontramos, la competencia de las empresas es cada vez mayor. Por eso, las compañías además de enfocarse en sus productos se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento del servicio al cliente.

### **4) Barreras contra la buena Atención**

Gómez Escobar <sup>38</sup> indica que:

Las principales barreras que están en contra de un buen servicio son las siguientes:

- Cuando las políticas de la compañía no han sido diseñadas pensando en el cliente, sino en la propia conveniencia y en los entes de control.
- Cuando no existe una estrategia clara de servicio y no existe coordinación en todo el proceso de servicio.
- Cuando las personas que tienen el poder de tomar decisiones están muy lejos de los clientes.

---

<sup>37</sup> Núñez 2009 pág. 22

<sup>38</sup> Gómez 2006 pág. 9

# **III. MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

#### **3.1.1. HIPÓTESIS ALTERNA**

La satisfacción laboral influye significativamente en la atención al cliente de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.

#### **3.1.2. HIPÓTESIS NULA**

La satisfacción laboral no influye significativamente en la atención al cliente de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.

### **3.2. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN**

- 1) Esta investigación permitirá analizar de qué manera emplean específicamente la empresa en la satisfacción laboral sobre la atención al cliente de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.
- 2) Recopilaremos información de la empresa Terceriza Perú S.R.L en la atención al cliente de la empresa ubicada en el distrito de El Agustino, 2017.
- 3) Sobre esta base de información, se propondrá soluciones para los principales índices en la satisfacción al cliente que aquejan a las empresas.
- 4) Ofrecerá una información útil a los gerentes de la empresa, para que así ellos puedan tomar decisiones al respecto de sus empleados.

### 3.3. *VARIABLES DE ESTUDIOS*

#### 3.3.1. *DEFINICIÓN CONCEPTUAL*

**Tabla 1 Definición Conceptual**

<b>VARIABLES</b>	<b>DEFINICION</b>
<b>SATISFACCIÓN LABORAL</b>	<sup>39</sup> La Satisfacción Laboral, entendida como un factor que determina el grado de bienestar que un individuo experimenta en su trabajo, se está convirtiendo en un problema central para la investigación de la organización. (Joan Boada, 1993).
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	<sup>40</sup> En los mercados competitivos la atención al cliente (AT) es un instrumento que permite ofrecer un valor añadido a los productos. Para poder prestarla de una forma eficiente es necesario escuchar la voz de los clientes para poder conocer sus necesidades y expectativas y poder así satisfacerlas, (Blanco Prieto, 2007).

---

<sup>39</sup> Joan Boada 1993, pág. 151 – 166.

<sup>40</sup> Antonio Blanco Prieto 2007, pág. 223

### 3.3.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL

**Tabla 2 Variable Independiente**

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>SATISFACCIÓN LABORAL</b>	Empresas	Charlas de Información Laboral
		Motivación al Empleador
		Identidad Corporativa
	Empleados	Orientación al Servicio
		Cooperación
		Trabajo en equipo
		Igualdad
		Compromiso
		Respeto
	Clientes	Orientación al Servicio
		Trato Horizontal
		Diálogo Adecuado



**Tabla 3 Variable Dependiente**

<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	Alta Gerencia	Capacidad de Escuchar
		Motivación para Dirigir
		Capacidad de Motivación y Liderazgo
	Administrativo	Capacitación al Personal
		Remuneración
		Compensación y Beneficios
	Infraestructura	Seguridad
		Ambiente
		Tecnología adecuada

### **3.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.4.1. TIPO DE ESTUDIO**

Nuestra pesquisa es básica, de tipo descriptiva y con un diseño descriptivo simple. Según

<sup>41</sup>Hernández, Fernández y Baptista (2010) este tipo de investigación consiste en no manipular las variables; es decir, no experimentar con ellas.

---

<sup>41</sup> Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P (2004) pág. 52

El nivel es básico, esto nos indica que la variable se observa tal como se manifiesta en su ambiente sin ninguna modificación, para que posteriormente se pueda analizar los resultados que fueron obtenidos.

El tipo de estudio es descriptivo, debido a que se recogen los datos de la investigación en un mismo momento con el propósito de referir el comportamiento de las variables. El diseño es descriptivo simple, ya que se recolecta la información solamente en el campo de estudio.

A su vez, este tipo de investigación será explicativa el cual, consiste en determinar los orígenes del comportamiento de las variables y sucesos que se estudian. Este motivo se concentra en manifestar por qué se acontece un fenómeno y en qué situaciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables.

### **3.4.2. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.4.2.1. NIVEL PERCEPTUAL**

Nuestra investigación se dice que es un nivel perceptual, debido a que se encuentran dos variables en estudio (Satisfacción y atención al cliente) y forma parte del tipo de investigación descriptiva.

La autora Jacqueline Hurtado de Barrer<sup>42</sup>, nos indica en su texto que el tipo de nivel perceptual es *“la fase exploratoria y descriptiva en la cual se expone el antecedente y planteamiento del problema, determinación del enunciado holopráxico y limitación y delimitación del problema”*

---

<sup>42</sup> Jacqueline Hurtado de Barrer (2000), Pág.125

Mediremos nuestras variables mencionadas, identificando la variación de las mismas para conocer cuál es el comportamiento de una variable y su influencia con la otra.

### **3.4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.4.3.1. INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL**

En la Presente Investigación indicamos que es un procedimiento no experimental, puesto que se va a realizar sin manipular deliberadamente las variables: en este caso “Satisfacción” y “Atención al cliente”.

Según el autor Kerlinger<sup>43</sup> indica *"El método no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones"* Es decir, que en esta investigación lo que hacemos es observar los fenómenos de cómo se está llevando a cabo la satisfacción que puede sentir tanto el personal como a los clientes en el call center de manera cotidiana y por lo tanto como es el desarrollo en la atención al cliente, y el resultado de como el cliente se encuentra a gusto con la utilización del servicio en el call center.

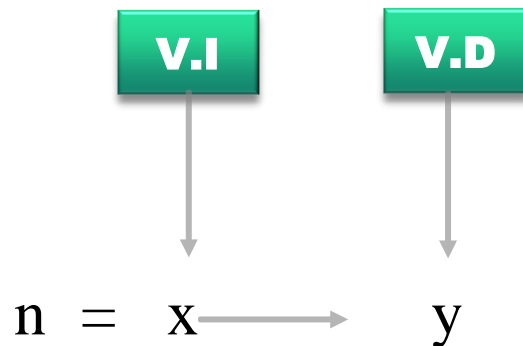
Aplicándolo en nuestro proyecto, nosotros acudiremos a trabajadores que brindan la atención en el call center sin manipular y obtendremos información con opiniones distintas, no se escogió a personas con aspectos específicos, sino a distintos personales de manera aleatoria.

---

<sup>43</sup> Kerlinger (1979) Pág.116

### 3.4.3.2. *DIAGRAMA DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN*

Aplicaremos el esquema descriptivo explicativo. Se observará a cada uno de los competidores en su condición natural sin manipulación de las variables. El esquema a utilizar es el siguiente:



n	Muestra
X	Variable Independiente
Y	Variable Dependiente
→	Implica (Influencia)
01	Medición de la V.I
02	Medición de la V.D.

### 3.4.4. *POBLACIÓN Y MUESTRA*

#### 3.4.4.1. *POBLACIÓN*

La población está compuesta con los operarios de call center en la plataforma de atención al cliente de la sociedad Terceriza Perú S.R.L ubicada en el distrito de El Agustino, equivalente a más de 100 trabajadores aproximadamente.

#### **3.4.4.2. MUESTRA DE ESTUDIO**

Esta muestra se encuentra compuesta por trabajadores pertenecientes a la empresa Terceriza Perú S.R.L, la plataforma de atención al cliente en el Distrito de El Agustino, equivalente a 45 operarios.

#### **3.4.5. CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN**

##### **3.4.5.1. CRITERIOS DE INCLUSIÓN**

- ✓ Varones y mujeres con mayoría de edad.
- ✓ operarios del área de atención al cliente con más de 1 mes laborando en la empresa.

##### **3.4.5.2. CRITERIOS DE EXCLUSIÓN**

- ✓ Varones y mujeres sin mayoría de edad.
- ✓ Personas que no laboran dentro de la empresa Terceriza Perú S.R.L, ni el plataforma de atención al cliente Menos de seis meses laborando en la empresa.
- ✓ Operarios que trabajan para otra área
- ✓ Operarios nuevos (menos de 1 mes laborando).

### 3.4.6. TIPO DE MUESTREO

Nuestro muestreo es no probabilístico. Según Hernández, Fernández y Sampieri (2010) <sup>44</sup>el tipo de muestreo no probabilístico cuenta con elementos seleccionados con una probabilidad no conocida, por lo tanto es imposible determinar la representatividad de la muestra. En el muestreo por juicio, el investigador realiza la muestra tomando en cuenta un listado de criterios de inclusión y exclusión determinados por él mismo.

### 3.4.7. TAMAÑO PARA LA MUESTRA DE LA POBLACION FINITA

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

**Dónde:**

- ❖ N = Total de la población (100 operarios)
- ❖  $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado
- ❖ p = proporción esperada (en este caso 7% = 0.07)
- ❖ q = 1 – p (en este caso 1-0.7 = 0.3)
- ❖ i = precisión (en la investigación use un 10%).

**Remplazando:**

$$n = \frac{1.96^2 \times 502 \times 0.7 \times 0.3}{0.1^2 (100-1) + 1.96^2 \times 0.7 \times 0.3}$$

$$n = 99.87$$

$$n = 100$$

---

<sup>44</sup> Hernández, Fernández Y Sampieri (2010) Pág. 23

### 3.4.8. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El instrumento de recaudación para nuestra exploración es la encuesta.

<sup>45</sup>Esta técnica de recolección de datos permite establecer contacto con los participantes, para llevar a cabo el análisis de la variable de estudio por medio de cuestionarios previamente establecidos.

### 3.4.9. MATRIZ DE MAPEO DE LA ENCUESTA

**Tabla 4 Matriz de Mapeo de la encuesta**

VARIABLES	TIPOS DE PREGUNTA		RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS			
	ABIERTA	CERRADA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO 1	OBJETIVO 2	OBJETIVO 3
<b>PREGUNTA 1:</b> ¿Se siente satisfecho en su Centro Laboral?		X	X			
<b>PREGUNTA 2:</b> ¿Cree que la empresa apoya a sus trabajadores cuando se presentan algún problema?		X		X		
<b>PREGUNTA 3:</b> ¿Se siente motivado en la empresa que labora?		X		X		
<b>PREGUNTA 4:</b> ¿De qué manera esta empresa realiza dicha motivación?	X			X		
<b>PREGUNTA 5:</b> ¿En su empresa realizan charlas o capacitaciones constantes?		X		X		
<b>PREGUNTA 6:</b> ¿Las capacitaciones recibidas van de acuerdo a su trabajo?		X		X		
<b>PREGUNTA 7:</b> ¿Cómo fomentan la integración o socialización dentro de tu empresa?	X				X	

---

<sup>45</sup> Rojas (1994), Pág. 13

<b>PREGUNTA 8:</b> ¿Cree usted que sus compañeros de trabajo cooperan con sus supervisores?		X			X	
<b>PREGUNTA 9:</b> ¿Trabajan en equipo para buscar una solución en cuanto a un problema?		X			X	
<b>PREGUNTA 10:</b> ¿La empresa se encuentra comprometida con su personal para que brinden un mejor servicio?		X		X		
<b>PREGUNTA 11:</b> ¿Cree usted que la alta gerencia muestra motivación para dirigir?	X			X		
<b>PREGUNTA 12:</b> ¿Alguna vez ha presentado alguna queja en gerencia y ha obtenido alguna respuesta?	X			X		
<b>PREGUNTA 13:</b> ¿Considera que el trato que recibe usted es el mismo a diferencia de sus compañeros?	X				X	
<b>PREGUNTA 14:</b> ¿Alguna vez se ha sentido discriminado en la empresa?		X		X		
<b>PREGUNTA 15:</b> ¿Usted recibe alguna compensación o beneficio en su trabajo cuando realiza alguna meta?	X				X	
<b>PREGUNTA 16:</b> ¿Considera usted que la infraestructura de su empresa le brinda seguridad?		X				X
<b>PREGUNTA 17:</b> Califique la atención que brinda a sus clientes		X	X			
<b>PREGUNTA 18:</b> ¿Qué técnicas utiliza usted para que su cliente se sienta satisfecho por su servicio?	X					X
<b>PREGUNTA 19:</b> ¿Cree que sus clientes se sienten satisfechos después de terminar la llamada?		X				X
<b>PREGUNTA 20:</b> ¿El dialogo que mantiene con sus clientes es interactivo?		X				X
<b>PREGUNTA 21:</b> ¿El pago que recibe es el adecuado para que usted se sienta motivado y pueda brindar una buena atención al cliente?	X				X	
<b>PREGUNTA 22:</b> ¿El ambiente en el que trabaja hace que usted brinde una buena atención al cliente?		X			X	



### 3.4.10. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

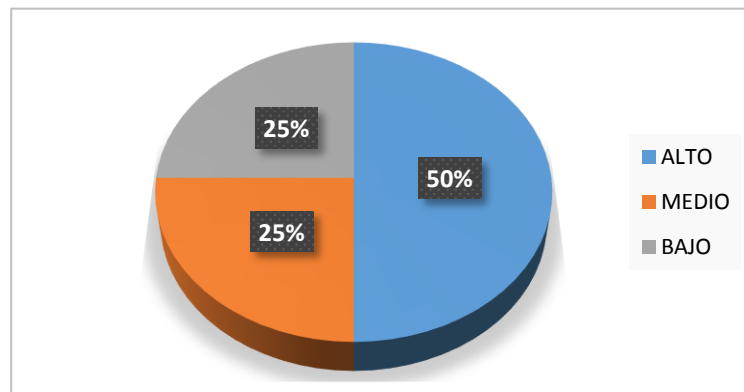
**Tabla 5 Resumen de Validación (Totales Por Ítem)**

TABLA RESUMEN DE VALIDACIÓN					
ÍTEM	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NEUTRAL A LA PREGUNTA	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
1	X	X X			
2			X X	X	
3		X X		X	
4		X X X			
5	X	X X			
6		X X X			
7	X	X X			
8	X X	X			
9	X X	X			
10		X X		X	
11	X X	X			
12	X	X		X	
13	X X		X		
14		X X X			
15	X X	X			
16	X X	X			
17	X	X		X	
18	X	X	X		
19		X	X		
20	X X	X			
21	X X	X			
22	X X	X			
TOTAL	24	31	5	5	0
%	24%	31%	5%	5%	0%

### **Ejemplo:**

**Gráfico N° 1:** ¿Alguna vez ha presentado alguna queja en gerencia y ha obtenido alguna respuesta?

**Ilustración 1 Pregunta de Ejemplo**



#### ***3.4.11. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS DE ANÁLISIS DE DATOS***

La técnica que utilizaremos es gráficos por porcentajes. Esta técnica facilita la interpretación y entendimiento de los resultados adquiridos de manera proporcional o porcentual.

#### ***3.4.12. PROCEDIMIENTO***

Para llevar a cabo la pesquisa de nuestra variable de estudio, se decidió realizar encuestas a trabajadores del área de operación, entre ellos están el personal de administración y el personal operativo.

Se envió una carta de permiso dirigido al jefe de recursos humanos, el cual nos brindó las facilidades para poder realizar las encuestas en la plataforma de atención al cliente.

Las encuestas se efectuaran dentro del establecimiento en las horas de 4:00 pm a 5:00pm, se realizaran en dos grupos ,con una duración media hora por cada uno , para ello utilizaremos material de apoyo que serán las encuestas en físico y lapiceros como también obsequios

# **IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

**1) ¿Se siente satisfecho en su Centro Laboral?**

**Tabla 6 Pregunta 1**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	22	22%
NO	78	78%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

La Tabla 6 muestra que el 22% de los asesores comerciales que sí se sienten satisfechos en el Centro Laboral Terceriza Perú S.R.L, mientras que el 78% indica que no lo está

**Ilustración 2 Pregunta 1**



Se revela que más de la mitad de los encuestados no se encuentran satisfechos en el centro Laboral, lo cual es preocupante, puesto que dada esta insatisfacción puede generar situaciones complicadas dentro del centro laboral; son pocos los trabajadores que sí están a gusto en este centro laboral.

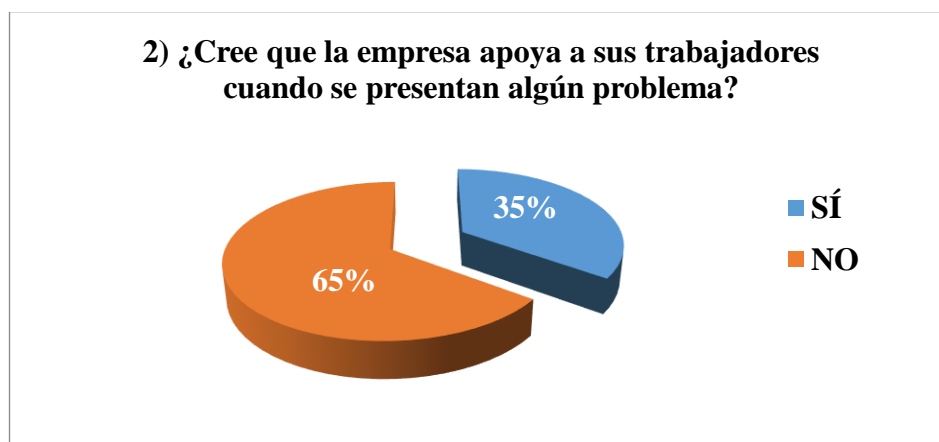
2) ¿Cree que la empresa apoya a sus trabajadores cuando se presentan algún problema?

**Tabla 7 Pregunta 2**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	35	35%
NO	65	65%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

La Tabla 7, muestra que el 35% de los asesores comerciales indican que la empresa lo ha apoyado cuando han presentado algún problema; pero el 65% nos informó que la empresa no los ha apoyado en esta situación problemática.

**Ilustración 3 Pregunta 2**



Nuestro gráfico nos muestra que un gran porcentaje de encuestados siente que la empresa no los ha apoyado cuando han presentado algún problema, sólo una mínima parte indica que si fue apoyado, por ende tuvimos que preguntar cuál fue esa situación que presentaron.

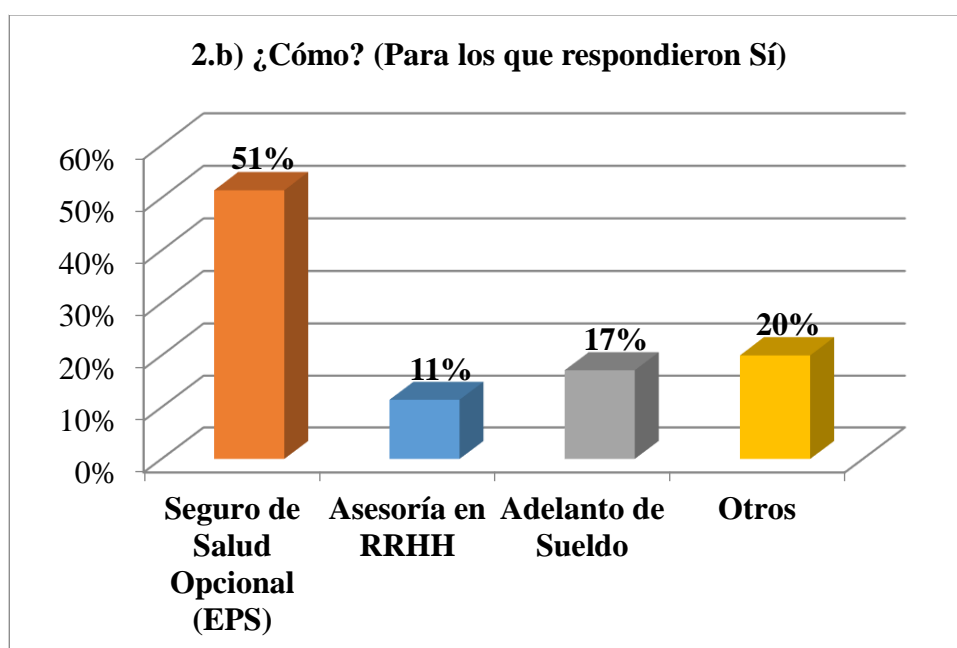
## 2.b) ¿Cómo? (Para los que respondieron Sí)

**Tabla 8 Pregunta 2.b**

ALTERNATIVA	F	%
Seguro de Salud Opcional (EPS)	18	51%
Asesoría en RRHH	4	11%
Adelanto de Sueldo	6	17%
Otros	7	20%
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 8, de los 35 encuestados que indicaron que sí tuvieron apoyo, el 51% nos informa que la empresa les ha brindado una alternativa en salud que es acceder a una EPS, un 11% indica que ha tenido asesoría en el área de Recursos Humanos, el 6% le han brindado algún adelanto de sueldo y 20 % indica otros.

**Ilustración 4 Pregunta 2.b**



Se deduce que la mayoría de problemas que han presentado ha sido de salud, por lo que la empresa, a parte del seguro, han logrado obtener un acceso a una EPS, para según ellos una mejor atención. Otra opción fue asesoría, puesto que el área cuenta con psicólogos y orientadores de familia, incluso uno de ellos indicó que tuvo apoyo legal. Otra situación presentada fue el adelanto de sueldo, ya que a cualquier trabajador le puede pasar, quedarse sin dinero antes de fin de mes y por último indicaron otros, por una situación personal, le brindaron un día libre, etc.

### 3) ¿Se siente motivado en la empresa que labora?

**Tabla 9 Pregunta 3**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	38	20%
NO	62	80%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

La Tabla 9 nos informa que el 38% está motivado en la empresa, mientras que el 62% no lo está, una situación preocupante, ya que hablamos más de la mayoría de colaboradores de la Sociedad Terceriza Perú S.R.L.

### Ilustración 5 Pregunta 3



Se deduce que existe una situación complicada en el ambiente, pues más de la mitad de encuestados nos informa que no se sienten motivados dentro de la empresa, esto puede generar falta de lealtad con la misma.

### 4) ¿De qué manera esta empresa realiza dicha motivación? (Los que dijeron SÍ)

Tabla 10 Pregunta 4

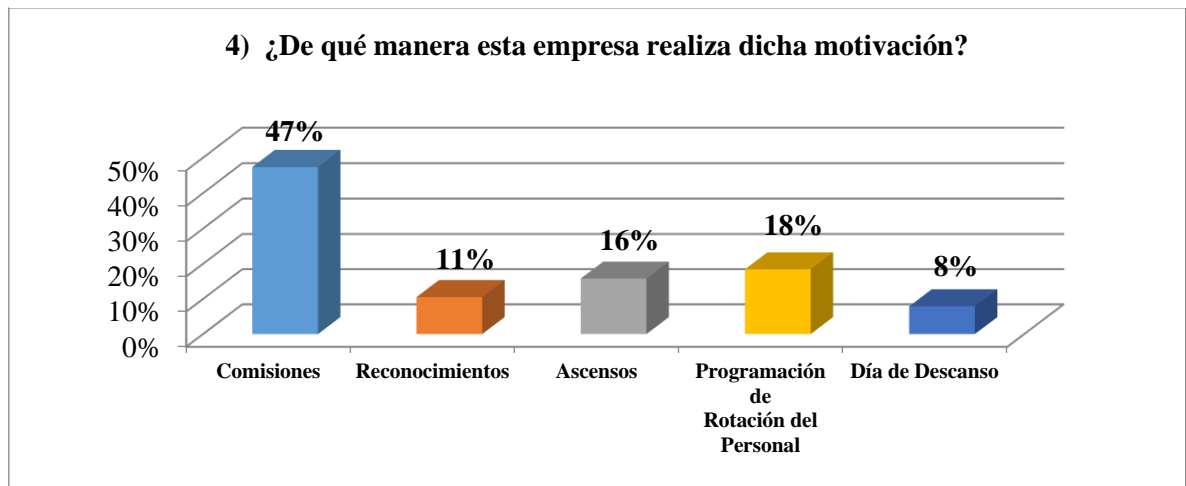
ALTERNATIVA	F	%
Comisiones	18	47%
Reconocimientos	4	11%
Ascensos	6	16%
Programación de Rotación del Personal	7	18%
Día de Descanso	3	8%
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 10, de los 38 encuestados que su respuesta fue sí, detallaron la forma en las cuál fueron motivados; el 47% informa que obtuvieron comisiones adicionales a su sueldo básico, el 18 %, ha tenido programación de rotación de personal que les ha



favorecido, el 16% ha obtenido una ascenso por su desempeño laboral, un 11% ha tenido un tipo de reconocimiento y por último indicaron un 8% que se beneficiaron con un día de descanso.

#### Ilustración 6 Pregunta 4



Se deduce que casi la mayoría ha podido optar por una comisión, sea de vales de consumo o dinero adicional, los encuestados que indicaron programación de rotación se refieren a que como ellos trabajan todos los días teniendo un día de descanso, si durante la semana se han desempeñado bien, en vez que descansen un miércoles, se lo cambian por un sábado. Otros encuestados han tenido la oportunidad de poder ascender de su puesto, dándoles un equipo a cargo, el 11% que indicó reconocimiento, dijo que los habían felicitado en público o el jefe por su parte los había invitado a almorzar, y el último grupo informó que se habían beneficiado con un día de descanso, algo que un call center que trabajan 24 hrs los 7 días de la semana es muy importante.

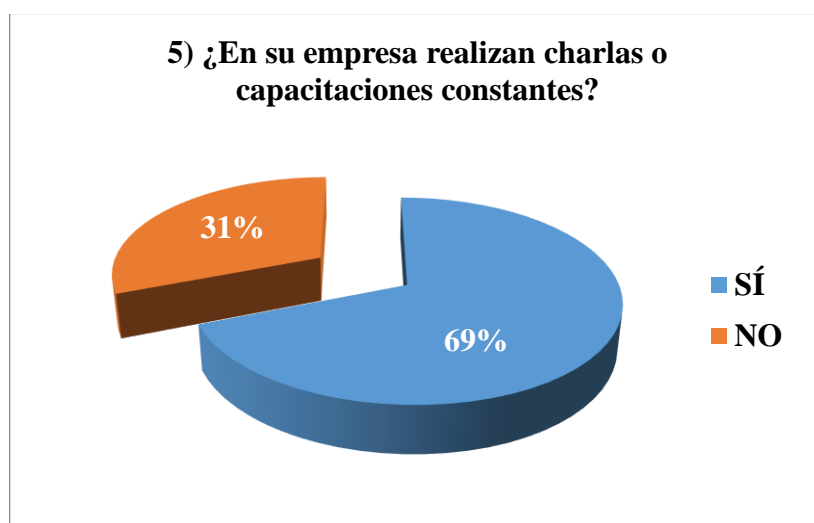
**5) ¿En su empresa realizan charlas o capacitaciones?**

**Tabla 11 Pregunta 5**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	69	69%
NO	31	31%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 11, el 69% afirma que la empresa si presenta charlas de capacitaciones, mientras el 31% indica que no.

**Ilustración 7 Pregunta 5**



Se puede apreciar que la mayoría de encuestados aseveran que sí reciben capacitaciones o charlas, pero que no son de manera permanente, no tienen un cronograma, sino que estas se desarrollan cada tres o dos meses; por otro lado también observamos que menos de la mitad de los asesores comerciales afirman que no han participado de ninguna capacitación, lo que se deduce que son trabajadores nuevos.

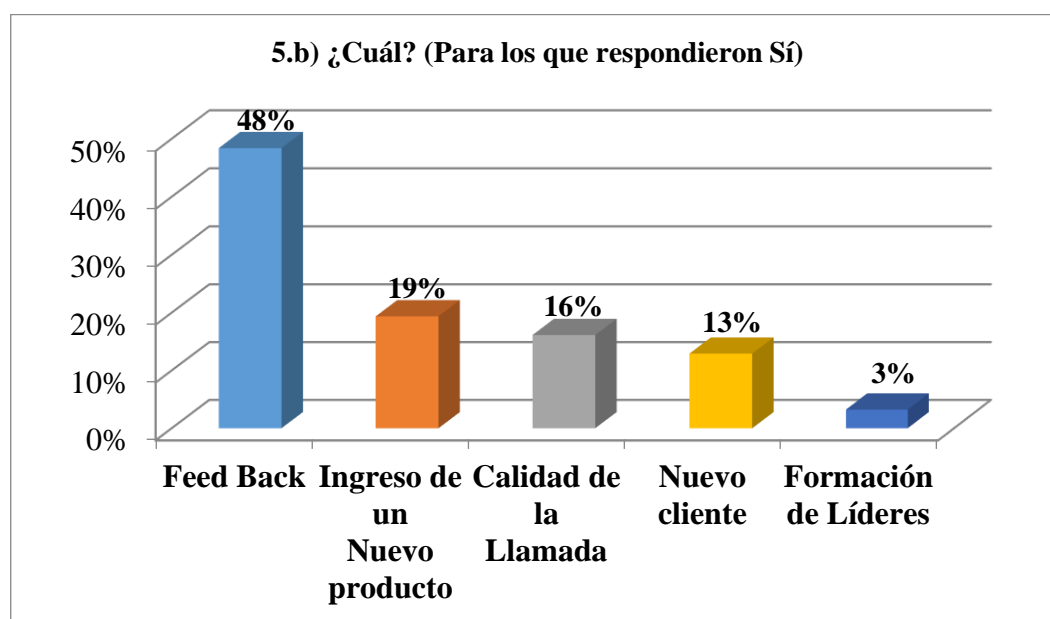
### 5.b) ¿Cuál? (Para los que respondieron Sí)

**Tabla 12 Pregunta 5.b**

ALTERNATIVA	F	%
Feed Back	41	59%
Ingreso de un Nuevo producto	13	19%
Calidad de la Llamada	8	12%
Nuevo cliente	4	6%
Formación de Líderes	3	4%
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 12, nos informaron que existen diferentes tipos de capacitaciones en la Empresa Terceriza Perú S.R.L., un 41% indicó Feed Back (Retroalimentación), 19% cuando hay un ingreso de un nuevo producto, 12% atención al cliente, 6% cuando la empresa tiene un nuevo cliente se hace una reunión para presentarlo y un 4% informa que ha tenido capacitación para formar nuevos líderes.

**Ilustración 8 Pregunta 5.b**



Según los encuestados el Feed back se lo brindan cuando no están realizando alguna actividad de la manera correcta, le informan cómo lo está haciendo y en qué debe corregir. Cuando se ingresa un nuevo producto o un nuevo proceso se reúnen para brindar mayor información y así brindar una correcta información a sus clientes. En el área de atención de calidad existen ciertos parámetros y uno de ellos es la calidad de la llamada, cuando los asesores están bajos en la calidad de la llamada, la líder los separa y tiene una charla personal, los hace escuchar sus llamadas y le brinda nuevos tips de atención. Otra opción fue cuando ingresa un nuevo cliente (Una cartera o cuenta nueva), por lo que se brinda toda la información y por último tenemos a los que han participado a la Formación de Líderes, lamentablemente son pocos los que han podido acceder a este tipo de capacitación.

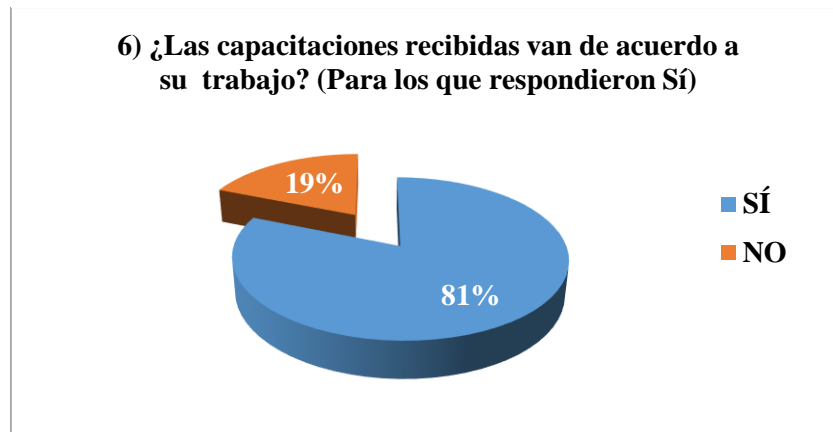
**6) ¿Las capacitaciones recibidas van de acuerdo a su trabajo? (Para los que respondieron Sí)**

**Tabla 13 Pregunta 6**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	56	81%
NO	13	19%
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 13, un 81% de asesores indica que las capacitaciones si van de acuerdo al tema de trabajo, mientras que un 19% informa que no.

### Ilustración 9 Pregunta 6



El 81% indica que las capacitaciones sí van de acuerdo con su trabajo y como detallamos en la pregunta anterior los temas que normalmente ellos atienden, el 19% le preguntamos y ellos creen que hay temas que no son necesarios y que hacen perder el tiempo, porque a veces dichas charlas o capacitaciones se realizan fuera de la hora de salida e incluso no son remuneradas por pasar de su horario de trabajo.

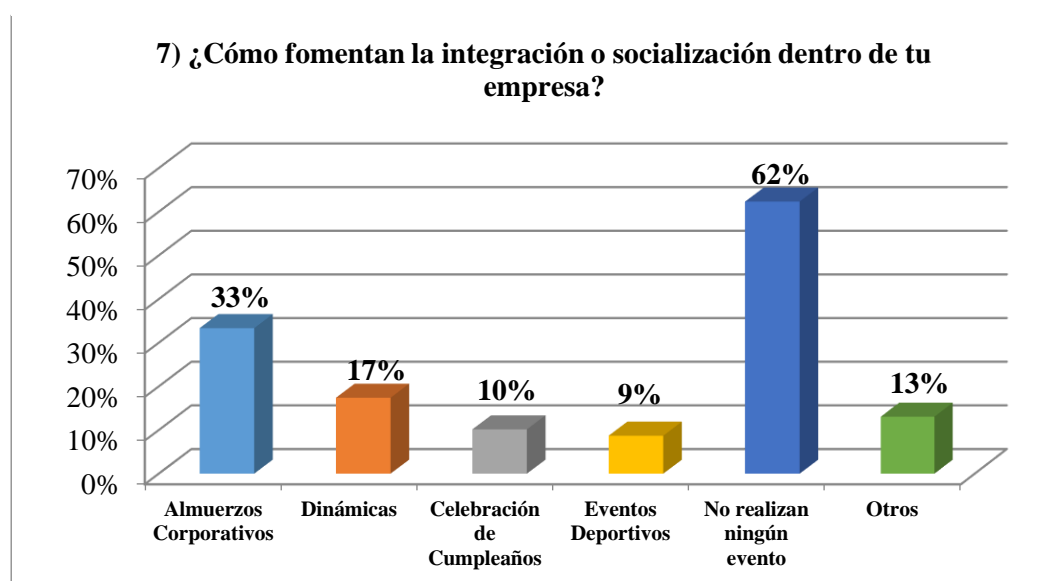
### 7) ¿Cómo fomentan la integración o socialización dentro de tu empresa?

**Tabla 14 Pregunta 7**

ALTERNATIVA	F	%
Almuerzos Corporativos	23	33%
Dinámicas	12	17%
Celebración de Cumpleaños	7	10%
Eventos Deportivos	6	9%
No realizan ningún evento	43	62%
Otros	9	13%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>145%</b>

En la Tabla 14, la mayoría de asesores nos informan que no hay situaciones donde fomenten la integración entre los trabajadores con un 62%, luego un 33% informa que han realizado un almuerzo entre sus grupos de compañeros, un 17% indica que han sido partícipes de dinámicas, un 10% indica que la empresa ha realizado celebraciones de cumpleaños y un 9% que han hecho eventos deportivos, por último un 13% indica otros.

**Ilustración 10 Pregunta 7**



Pudimos deducir que la empresa no realiza actividades de integración y si lo realiza, no es por parte de la empresa en sí, sino de los pequeños grupos o los colaboradores lo hacen por su cuenta; los almuerzos se han dado por iniciativa de pequeños grupos y sólo salen entre ellos, los que dijeron dinámicas son normalmente los que van a las capacitaciones; las celebraciones de cumpleaños y eventos deportivos son organizados por los mismos asesores entre ellos, ya que no ven iniciativa de la empresa y en otros informaron de reuniones por el día del asesor o por fiestas específicas.

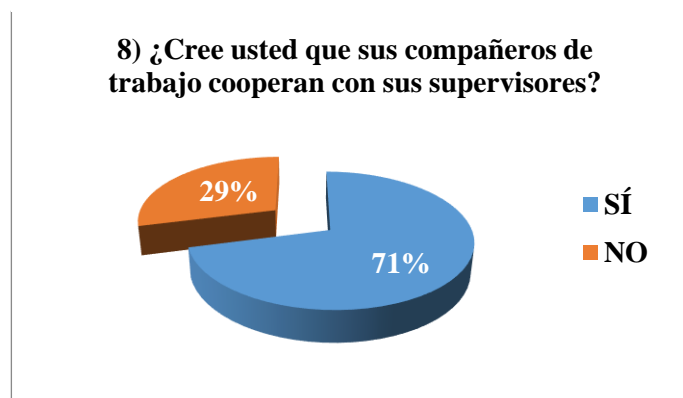
**8) ¿Cree usted que sus compañeros de trabajo cooperan con sus supervisores?**

**Tabla 15 Pregunta 8**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	71	71%
NO	29	29%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la tabla 15, según las respuestas de los encuestados el 71% indica que si colabora con sus supervisores, mientras que el 29% informa que no

**Ilustración 11Pregunta 8**



Se deduce que existen muchos asesores que brindan su intención y proactividad por apoyar a sus superiores, hay predisponibilidad por parte de los asesores para colaborar en la empresa, sin embargo hay un pequeño grupo que no lo hace y nos informaron que era porque no sentían las ganas ni la motivación para hacerlo, porque la empresa no reconoce sus esfuerzos.

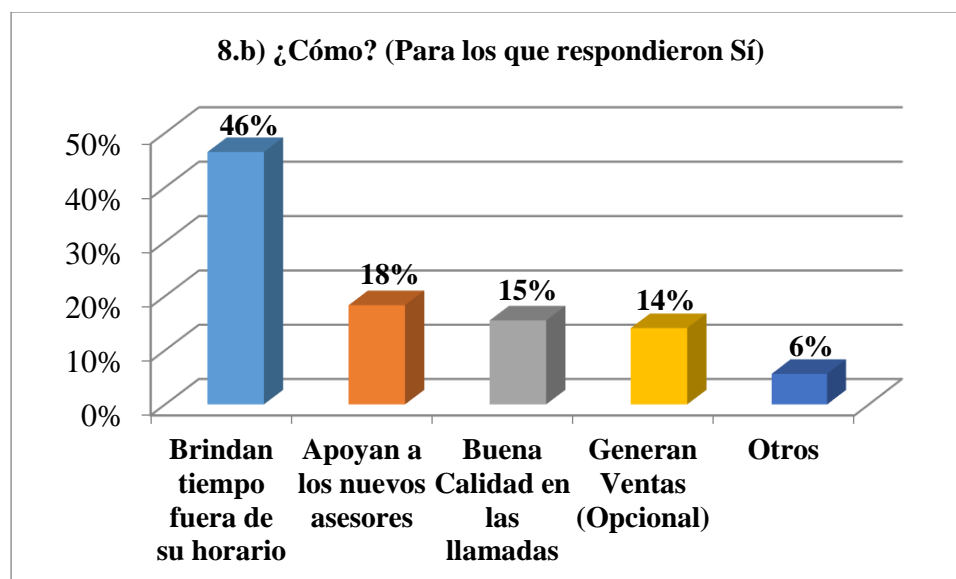
### 8.b) ¿Cómo? (Para los que respondieron Sí)

**Tabla 16 Pregunta 8.b**

ALTERNATIVA	F	%
Brindan tiempo fuera de su horario	33	46%
Apoyan a los nuevos asesores	13	18%
Buena Calidad en las llamadas	11	15%
Generan Ventas (Opcional)	10	14%
Otros	4	6%
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

En la tabla 16, para profundizar la pregunta anterior los asesores nos dijeron que un 46% apoya a sus supervisores brindándole su tiempo fuera de su horario, un 18% apoya a los nuevos asesores, un 15% brinda buena calidad en su llamada, un 14% genera más ventas y un 6% indicó otros.

**Ilustración 12 Pregunta 8.b**





La mayoría de trabajadores afirman que apoyan a sus líderes y una de las formas es quedarse a veces más tiempo de su horario, por charlas o porque la llamada se dilata, también cuando un asesor es bueno, el líder le pide que apoye a los nuevos asesores para que mejoren su calidad de llamada; otros asesores informaron que apoyan a sus líderes teniendo una buena llamada, lo que hace que sus líderes no se preocupen por ellos y se enfoquen en los que están fallando, seguidamente otros asesores informan que generan más ventas de lo que se estipula, beneficiándose tanto la empresa, como el mismo asesor y un grupo pequeño dijo de otra manera, como llegando temprano, manteniendo limpio la plataforma, etc.

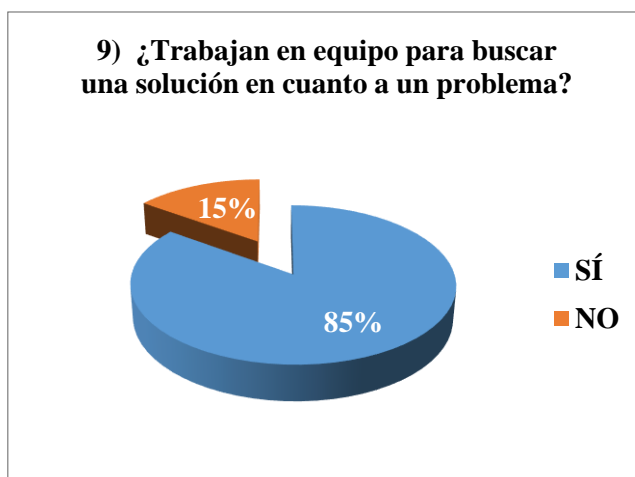
**9) ¿Trabajan en equipo para buscar una solución en cuanto a un problema?**

**Tabla 17 Pregunta 9**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	85	85%
NO	15	15%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

La tabla 17 expone que el 85% del entorno encuestado, afirma que si se trabaja en equipo cuando se pretende solucionar algún problema, por otro lado el 15% nos menciona que no existe el compromiso en equipo para reparar un inconveniente.

### Ilustración 13 Pregunta 9



Este grafico nos muestra que la mayor parte de los asesores trabajan en equipo para buscar una solución cuando tienen alguna dificultad o tal vez cuando tienen algún objetivo grupal que lograr, ellos realizan reuniones para poder coordinar de qué manera o que estrategias utilizaran para llegar a la meta, asimismo nos muestra un porcentaje mínimo que considera que no se trabaja en equipo para solucionar algún problema que se presente.

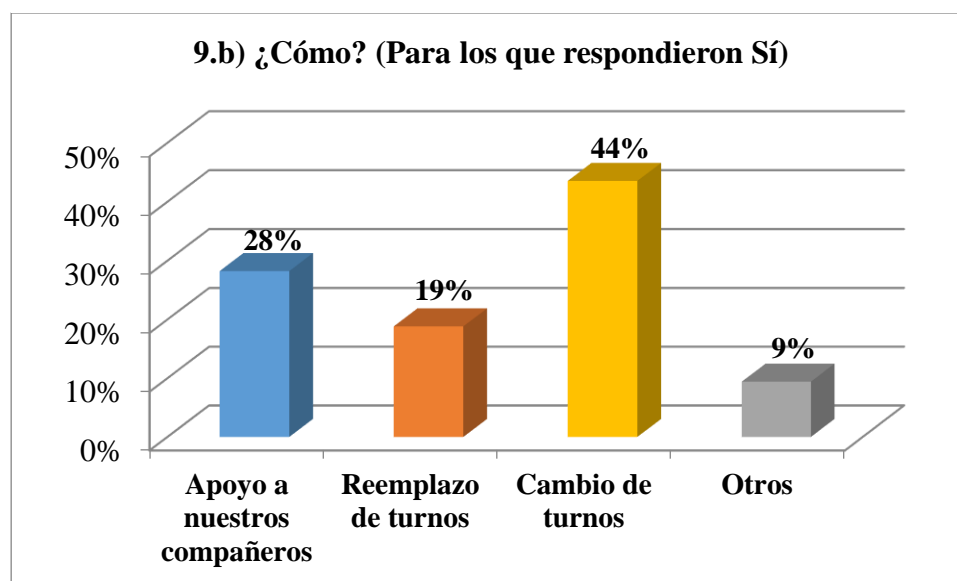
#### 9.b) ¿Cómo? (Para los que respondieron Sí)

**Tabla 18 Pregunta 9.b**

ALTERNATIVA	F	%
Apoyo a nuestros compañeros	24	28%
Reemplazo de turnos	16	19%
Cambio de turnos	37	44%
Otros	8	9%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 18 indica que un 44% ha apoyado a un compañero, cambiándole el turno, un 28% ha apoyado directamente a un compañero, un 19% ha reemplazado un turno y un 9% indica que ha apoyado de otra manera.

**Ilustración 14 Pregunta 9.b**



En el gráfico, casi la mitad de encuestados han apoyado a un compañero cambiándole el turno de trabajo, ya sea por algún inconveniente laboral o personal; le sigue un 28% que ha apoyado a un compañero, en alguna actividad (pollada, etc.) o comprando algún producto que algún compañero venda, le sigue un 19% de reemplazo, si la situación lo requiere y se da más en los part time, el poder cubrir todo un horario de full time para apoyar, después es retribuido de la misma forma y por último un 9% indica que ha apoyado de otra forma, por ejemplo han brindado estrategias de marketing o competencias de quién vende más, etc.

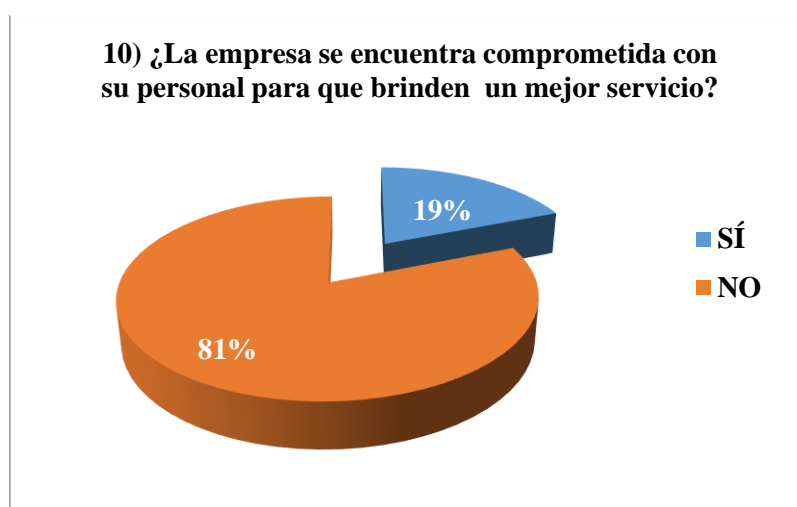
**10) ¿La empresa se encuentra comprometida con su personal para que brinden un mejor servicio?**

**Tabla 19 Pregunta 10**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	19	19%
NO	81	81%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 19, nos informa que un 81% de asesores asegura que la empresa no encuentra comprometida con el personal y sólo un 19% indica que sí.

**Ilustración 15 Pregunta 10**



Observamos que un 81% no siente que la empresa se encuentre comprometida con su personal y así brindar un mejor servicio, se deduce que la empresa no genera ese lazo de empatía y solidaridad.

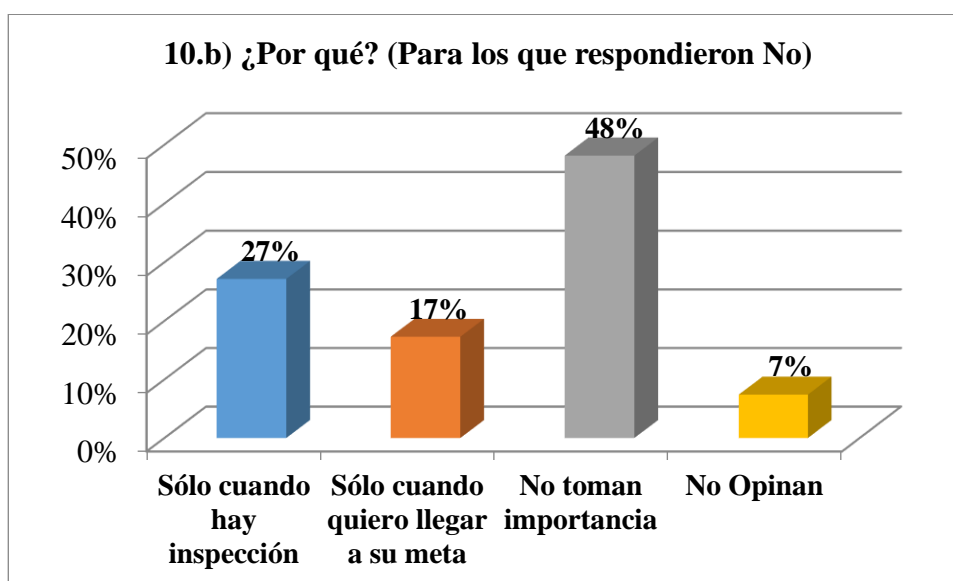
### 10.b) ¿Por qué? (Para los que respondieron No)

Tabla 20 Pregunta 10.b

ALTERNATIVA	F	%
Sólo cuando hay inspección	22	27%
Sólo cuando quiero llegar a su meta	14	17%
No toman importancia	39	48%
No Opinan	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

La Tabla 20 nos muestra que el 48% de los asesores comerciales opinan que la empresa no se siente comprometida con su personal para que puedan brindar un mejor servicio, por otro lado observamos que el 27% de la población encuestada manifiesta que la empresa solo se preocupa por su personal cuando quieren alcanzar un objetivo, mientras que el 17% de los asesores encuestados consideran que la empresa solo se compromete cuando hay inspecciones o visitas, y solo el 7% de los encuestados no opinan sobre el tema.

Ilustración 16 Pregunta 10.b



En el gráfico podemos deducir que casi la mitad de encuestados informan que a la empresa no le interesa tener compromiso con sus trabajadores, no hay iniciativa y si ven algún interés, un 27% afirma que sólo es por inspección de superiores y en ocasiones, un 17% indica que se comprometen por una meta que el líder o supervisor se piensa trazar, mientras que en esta ocasión observamos que un 7% se abstuvo de responder y luego sus superiores se enteren de su opinión brindada.

# 11) ¿Cree usted que la alta gerencia muestra motivación para dirigir?

**Tabla 21 Pregunta 11**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	25	25%
NO	75	75%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la presente Tabla 21 podemos concretar que la negación es la gran mayoría del porcentaje en la pregunta formulada, siendo una respuesta que con lleva al no, que la gerencia no se encuentra motivada para dirigir o direccionar al personal y además de ello, que se sientan motivados.

### Ilustración 17 Pregunta 11



En este grafico podemos manifestar que el 75% de los encuestados de la sociedad Terceriza nos indican como mayoría que la alta gerencia no muestra motivación en dirigir a sus empleados o colaboradores, esto muestra una gran cifra de descontento con todo el equipo, mientras que el 25% nos indican que sí como medio positivo, siendo esto la cuarta parte del total de encuestados.

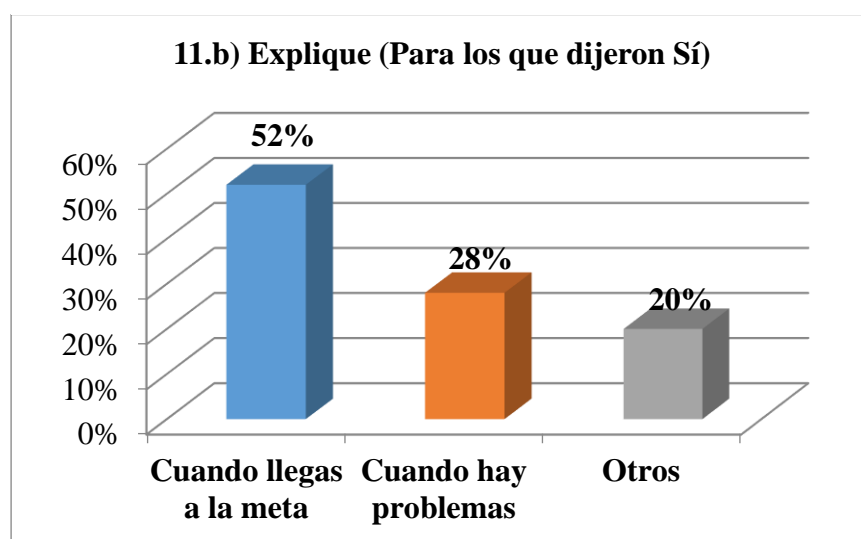
#### 11.b) Explique (Para los que dijeron Sí)

**Tabla 22 Pregunta 11.b**

ALTERNATIVA	F	%
Cuando llegas a la meta	13	52%
Cuando hay problemas	7	28%
Otros	5	20%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Podemos teorizar que en la Tabla 22, la mayoría de los encuestados siendo un total de 52% es solo cuando llegan a la meta, podemos deducir que el personal es bien tratado solo cuando llega a su objetivo laboral, pero cuando no es así, el trato varia.

### Ilustración 18 Pregunta 11.b



En este grafico analizaremos las respuestas de si, siendo un 52% que indico que se sienten motivados por la alta gerencia solo cuando llegan a la meta, de la mano de 28% que es como respuesta de solo cuando hay problemas en la empresa y como otros podemos indicar que su minoría que es solo cuando desean rotar de los horarios o cuando demoran en su pago.

### 11.c) Explique (Para los que dijeron No)

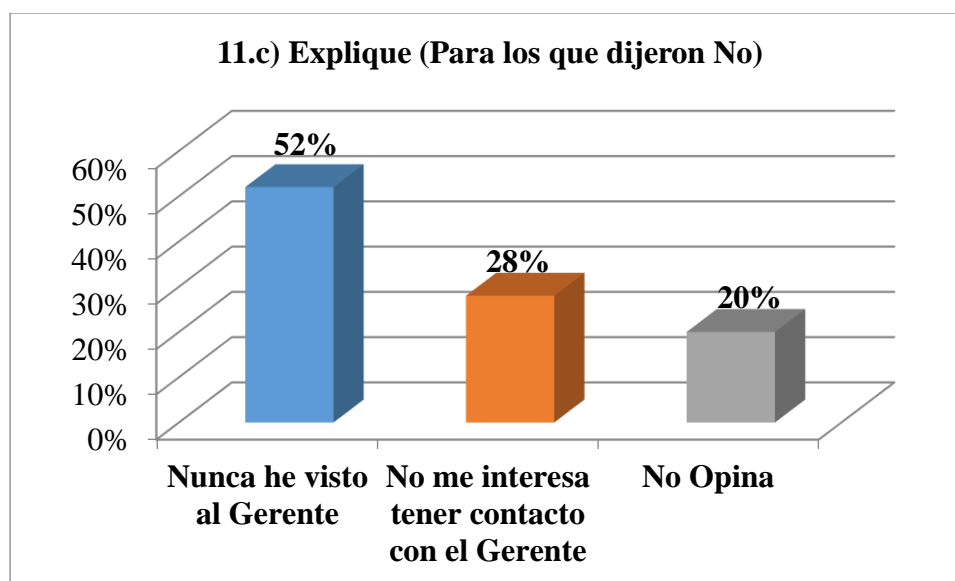
**Tabla 23 Pregunta 11.c**

ALTERNATIVA	F	%
Nunca he visto al Gerente	42	52%
No me interesa tener contacto con el Gerente	29	28%
No Opina	4	20%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>



En la Tabla 23, mostramos los resultados de los encuestados que dijeron no, un 52% nos informa que nunca ha visto ni conocido al Gerente, luego un 28% informa que no le interesa tener un contacto con el Gerente y un 20% nos dice que no opina.

**Ilustración 19 Pregunta 11.c**



En el gráfico nos referimos a los encuestados que dijeron que no, que son la mayoría; un 52% de asesores nos informaron que nunca han tenido un trato con el Gerente de la empresa Terceriza, lo cual nos hace deducir que las jerarquías y el trato vertical está muy marcado, luego un 28 informa que no le es relevante conocerlo o tener algún contacto con el Gerente, indican que no nace de él acercarse a su empleados y por eso a ellos tampoco y el 20% por seguridad dice que no opina.

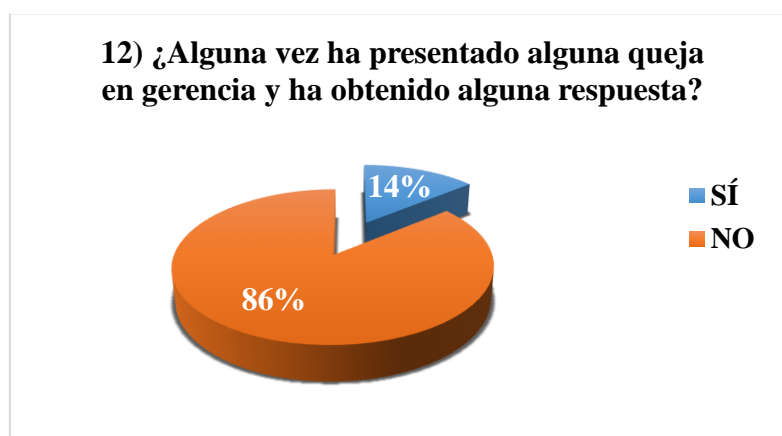
**12) ¿Alguna vez ha presentado alguna queja en gerencia y ha obtenido alguna respuesta?**

**Tabla 24 Pregunta 12**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	14	14%
NO	86	86%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 24, podemos observar que el 86% de los encuestados de la empresa de call center Terceriza nos indica que no han presentado una queja en dicha empresa, siendo esto una gran mayoría como punto tal vez negativo para la empresa y un 14% como si respuesta afirmativa a que han presentado una queja, aunque es una minoría.

**Ilustración 20 Pregunta 12**



En la presente tabla podemos observar que la mayoría de los encuestados no han presentado una queja, ya sea por muchos factores que pueden involucrar a su poca comunicación con la empresa, no pueden sentirse identificados o no tienen a quien recurrir.

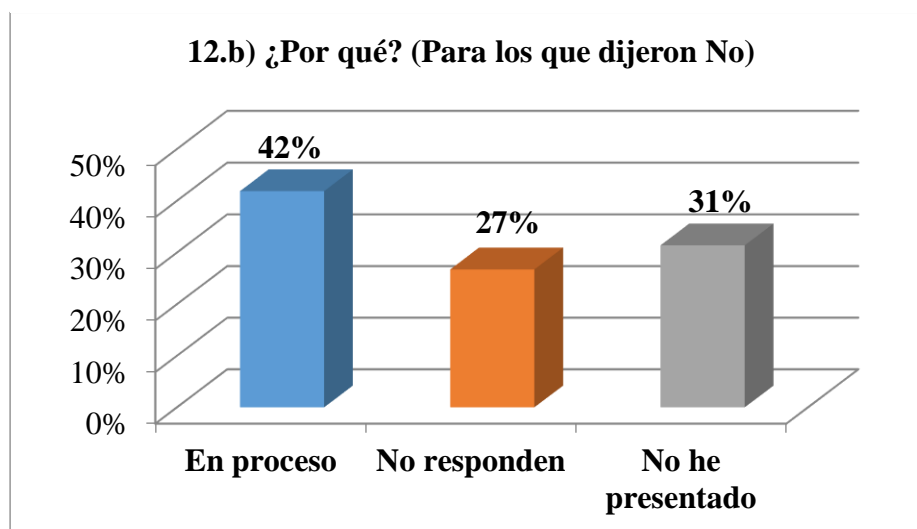
### 12.b) ¿Por qué? (Para los que dijeron No)

Tabla 25 Pregunta 12.b

ALTERNATIVA	F	%
En proceso	36	42%
No responden	23	27%
No he presentado	27	31%
<b>TOTAL</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 25 observamos que el 42% indica que está en proceso sus quejas y eso se puede tomar como una molestia de las personas que se confían en su empresa, pero no son ayudadas o buscan una solución a su problema., un 31% que no han presentado alguna queja y por último 27% que no responden a su queja emitida.

Ilustración 21 Pregunta 12.b



Según la población encuestada indico que no han presentado alguna debido a que escucharon los resultados de los compañeros que sí lo hicieron, casi la mayoría informa que sus quejas sólo se quedarían en proceso y no procederían, un 27% que nunca las

van a responder y se quedarán archivadas y un 31% que no ha presentado, porque no han tenido algún inconveniente y otros por ser nuevos en la empresa.

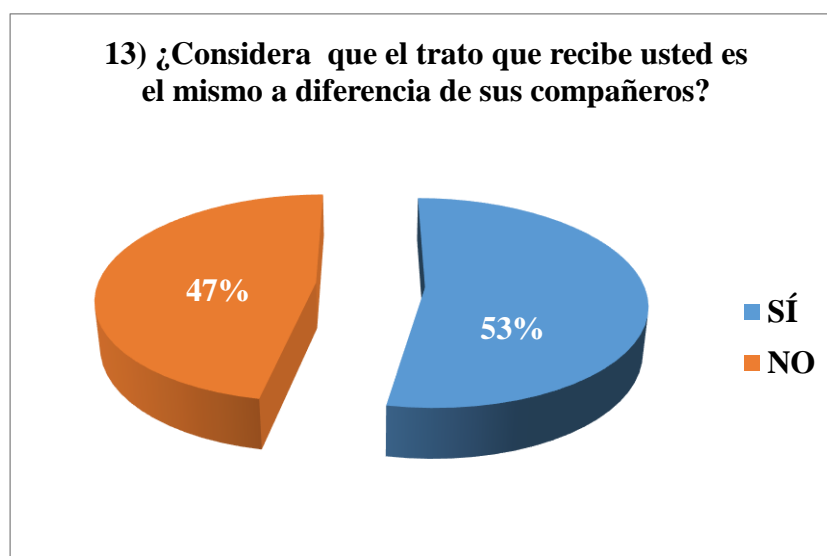
**13) ¿Considera que el trato que recibe usted es el mismo a diferencia de sus compañeros?**

**Tabla 26 Pregunta 13**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	53	53%
NO	47	47%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 26 podemos concretar que el 53% de los encuestados, siendo ello la mayoría nos indican que sí sienten que la empresa los trate por igual, pero un 47% no siente un trato imparcial entre todos, es más, sienten hasta muchas veces aislados de algunos grupos de trabajo y esto causa malestar entre ellos.

**Ilustración 22 Pregunta 13**



En el siguiente grafico analizamos que un 53% de la población encuestada indica que sí, que el trato que reciben es igual a sus compañeros siendo esto un poco más de la mitad del personal que labora en la empresa Terceriza en lima, sin embargo, el 47% de ellos nos indican que no y este resultado es preocupante, porque la diferencia es mínima, casi la mitad del personal, siente esos privilegios a ciertos trabajadores, se deduce que la empresa tiene sus favoritos.

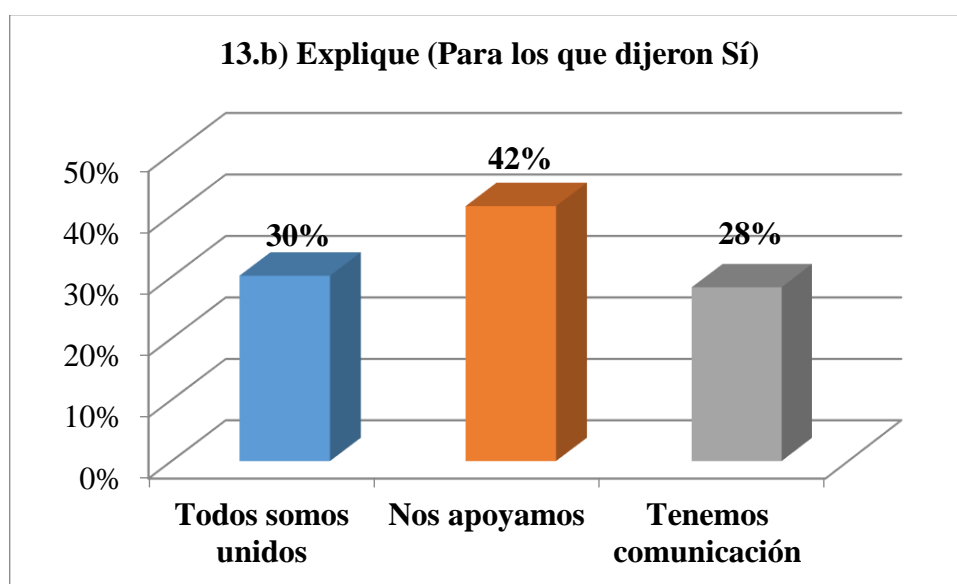
### 13.b) Explique (Para los que dijeron Sí)

**Tabla 27 Pregunta 13.b**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Todos somos unidos	16	30%
Nos apoyamos	22	42%
Tenemos comunicación	15	28%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 27 podemos afirmar que los que indicaron que sí reciben un trato igual, es manifestado con un 42% e indica que siempre se apoyan entre ellos; a parte hay una gran similitud entre el 30% y 28% de los encuestados, indicando cosas positivas entre la unión y la comunicación, que hay en la empresa call center Terceriza ubicada en lima

### Ilustración 23 Pregunta 13.b



En este grafico podemos indicar que las personas que han dicho que si consideran que el traro es el mismo y el adecuado es por las sientes afirmaciones, como el 42% que asegura que se apoyan entre ellos mismos, seguido del 30% que indica que todos son unidos y el 28% que todos tienen la comunicación activa en el trabajo.

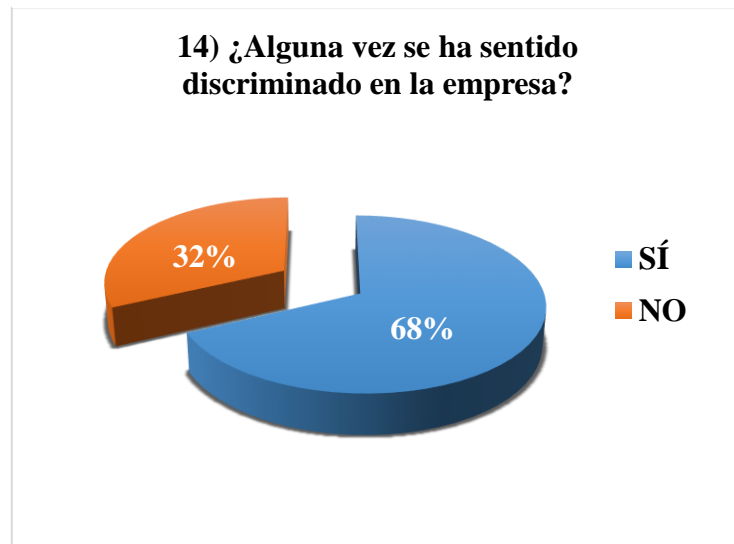
### 14) ¿Alguna vez se ha sentido discriminado en la empresa?

Tabla 28 Pregunta 14

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	68	68%
NO	32	32%
TOTAL	100	100%

En la Tabla 28 podemos afirmar que punto mayoritario y negativo para la empresa, es que si muchos de los encuestados se han sentido discriminados en su centro laboral y esto con lleva a la incomodidad por parte de ellos.

**Ilustración 24 Pregunta 14**



En el presente grafico la gran mayoría de los encuestados siendo parte de la población, un 68% nos afirma que si se han sentido discriminados por la empresa de call center Terceriza ubicada en lima, siendo una gran mayoría y de las afirmaciones ante la discriminación que puede suceder en la empresa, mientras un 32% de los encuestados indican que no han se han sentido discriminados en su centro laboral y los deja trabajar con normalidad.

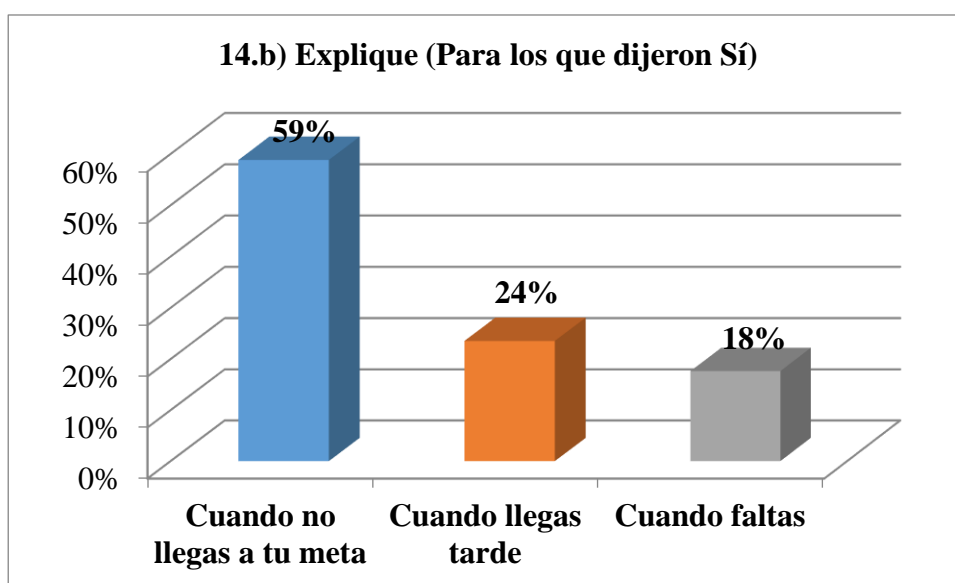
#### 14.b) Explique (Para los que dijeron Sí)

Tabla 29 Pregunta 14.b

ALTERNATIVA	F	%
Cuando no llegas a tu meta	40	59%
Cuando llegas tarde	16	24%
Cuando faltas	12	18%
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

En esta Tabla 29 podemos afirmar que la gran mayoría ha mostrado un punto de incomodidad en la empresa, indicando que cuando no llegan a sus metas muchos de los supervisores o amigos, lo molestan por no llegar a la meta y se los trata de una manera no tan cómoda, muestra un 59% de las afirmaciones entre más personas que han indicado que si se sienten discriminados.

Ilustración 25 Pregunta 14.b





Es este grafico podemos afirmar que los que indicaron que si se han sentido discriminados en el centro laboral sean por los siguientes temas: entre ellos tenemos al 59% de las afirmaciones que es cuando no llegan a su meta, los discriminan en ciertos casos no contando con ellos en temas de interés o de compartir, el 23% de la afirmación asegura que cuando llegan tarde suelen molestarlos pero en muchas veces ya es incómodo y sienten que los tratan de manera muy distinta a otros.

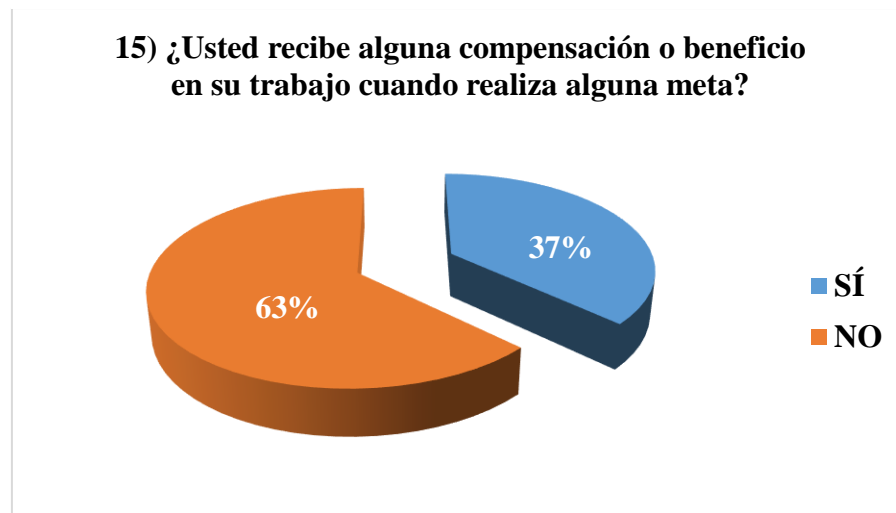
**15) ¿Usted recibe alguna compensación o beneficio en su trabajo cuando realiza alguna meta?**

**Tabla 30 Pregunta 15**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	37	37%
NO	63	63%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 30 podemos afirman que la un 63% de encuestados, nos afirman que no reciben un beneficio o bono al llegar a su objetivo en la empresa, esto refleja que las motivaciones que mencionamos anteriormente no son suficientes a los asesores, sólo un 37% ha accedido a ellas.

### Ilustración 26 Pregunta 15



Este grafico podemos observar con claridad que el 63% de los encuestados de la empresa de call center Terceriza ubicada en lima, afirma que no reciben una compensación o beneficio en el centro que laboran cuando llegan a una meta en el servicio, en sus atenciones; esto con lleva a la incomodidad y poca motivación por parte de ellos, ya que puede ser un gran énfasis en su comportamiento en la empresa. Los pocos asesores que han llegado informan que dichas metas son muy exigentes, hasta a veces imposibles de llegar.

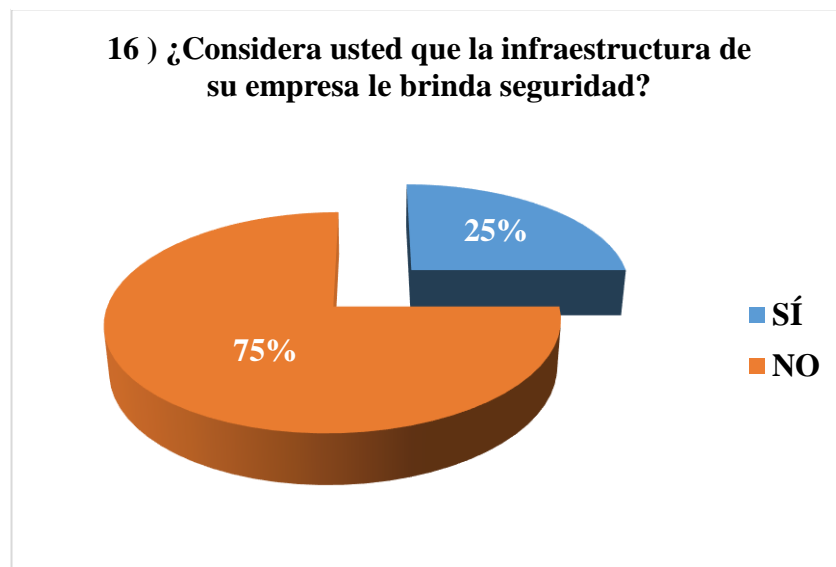
### 16) ¿Considera usted que la infraestructura de su empresa le brinda seguridad?

**Tabla 31 Pregunta 16**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	25	25%
NO	75	75%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 31 observamos que la gran mayoría de los encuestados nos indica que no hay seguridad en su centro laboral, siendo esto un 75% de los encuestados en la empresa Terceriza, ubicada en lima.

**Ilustración 27 Pregunta 16**



Es el presente grafico nos indica que muchos de los encuestados de la empresa Terceriza ubicada en lima, la gran mayoría asegura que no se siente seguro laborando en la empresa, ya que la infraestructura no es la adecuada para el centro que laboral, y en eso podemos notar la gran diferencia. Muestra un 75% como un no a que no pueden trabajar tranquilos y a un 25% que indica lo contrario que para ellos es normal todo esto.

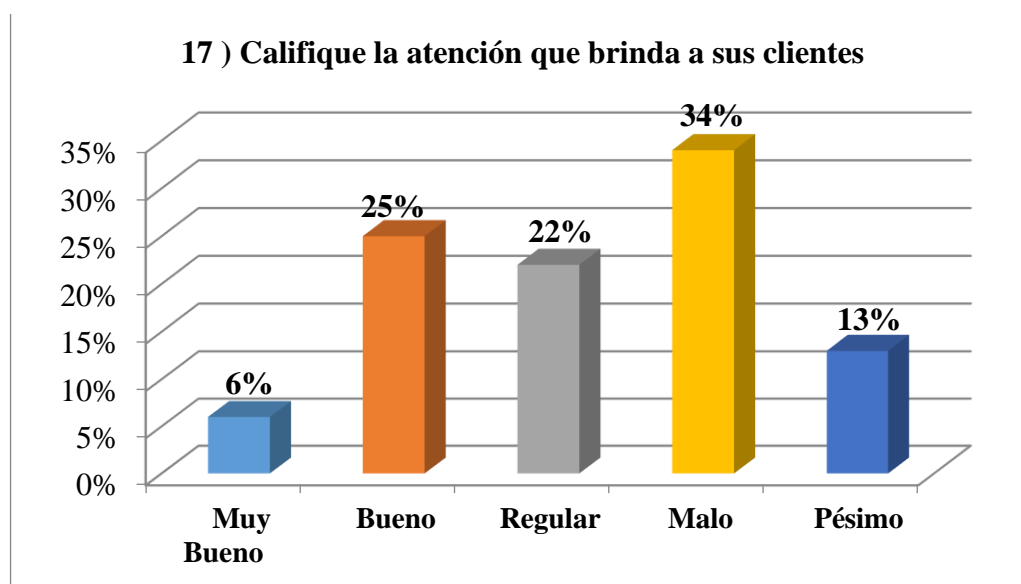
### 17) Califique la atención que brinda a sus clientes

Tabla 32 Pregunta 17

ALTERNATIVA	F	%
Muy Bueno	6	6%
Bueno	25	25%
Regular	22	22%
Malo	34	34%
Pésimo	13	13%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 32, gran parte de la población de encuestados nos aseguran y califican sus servicios siendo ellos los autores de sus puntajes, como el 34% siendo la gran mayoría, asegura que el servicio que brindan es malo, no tienen el desenvolvimiento que necesitan y la motivación necesaria para una buena atención .

Ilustración 28 Pregunta 17



En el este grafico podemos analizar que los empleados se califican a sí mismos en sus atenciones, siendo con ello lo siguiente: el 34% de los encuestados indican que el servicio que brindan es malo, el 22% lo califican como regular en el servicio, y el 25% que sería la cuarta parte de los encuestados nos aseguran que el servicio que brindan es bueno para ellos y para sus clientes en general.

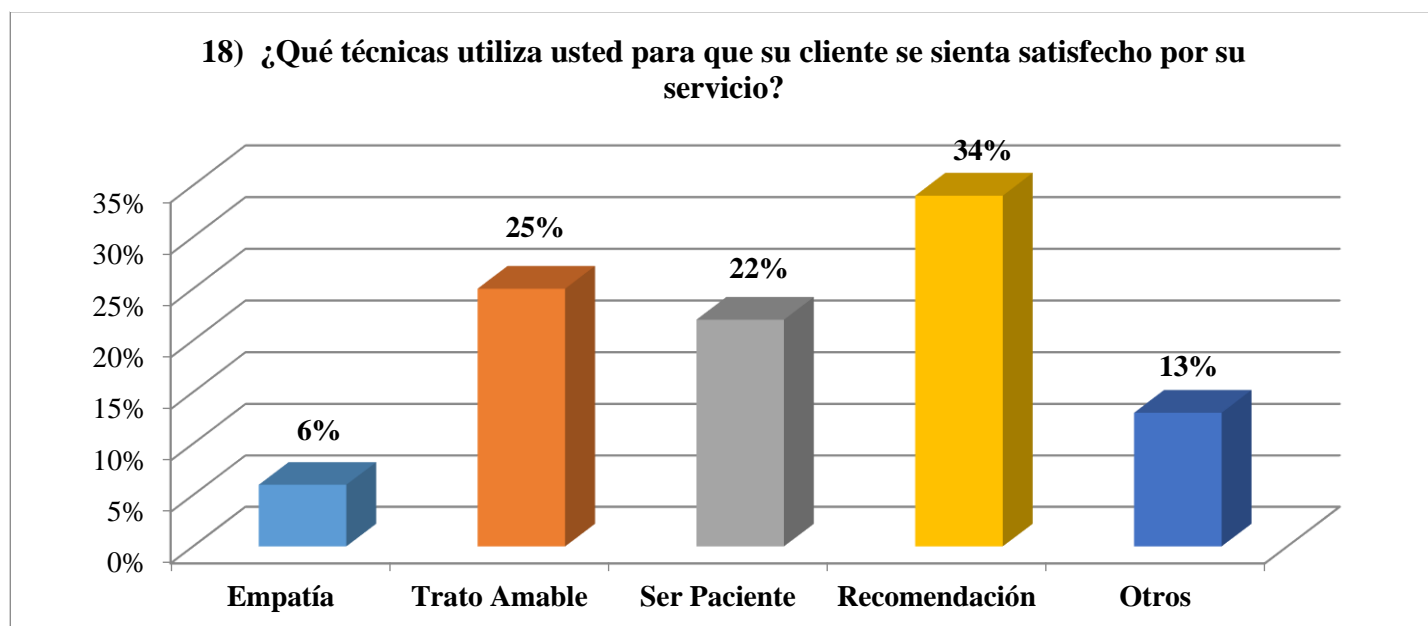
**18) ¿Qué técnicas utiliza usted para que su cliente se sienta satisfecho por su servicio?**

**Tabla 33 Pregunta 18**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Empatía	6	6%
Trato Amable	25	25%
Ser Paciente	22	22%
Recomendación	34	34%
Otros	13	13%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 33, nos informa que los encuestados utilizan como principal técnica con un 34% la recomendación, seguida de un 25% es que aplican un trato amable, seguido un 22% informan que son pacientes, un 13% informaron otros, y en menor proporción, un 6% dijo que son empáticos

### Ilustración 29 Pregunta 18



En el gráfico queremos detallar que los encuestados utilizan principalmente la recomendación, es decir, como asesores ayudan a tomar una mejor decisión a sus clientes, cuando quieren comprar algún equipo o una configuración de teléfono; un 25% aplica la amabilidad, seguido que otros asesores son pacientes, ya que siempre hay clientes especiales y a veces pone a prueba tu genio, un 13% dijo otros como utilizar una voz sensual o piropo al cliente; lo que preocupa es que sólo un pequeño grupo utiliza la empatía, y eso es preocupante, porque este tipo de trabajo es principal la empatía, tratar de entender al cliente.

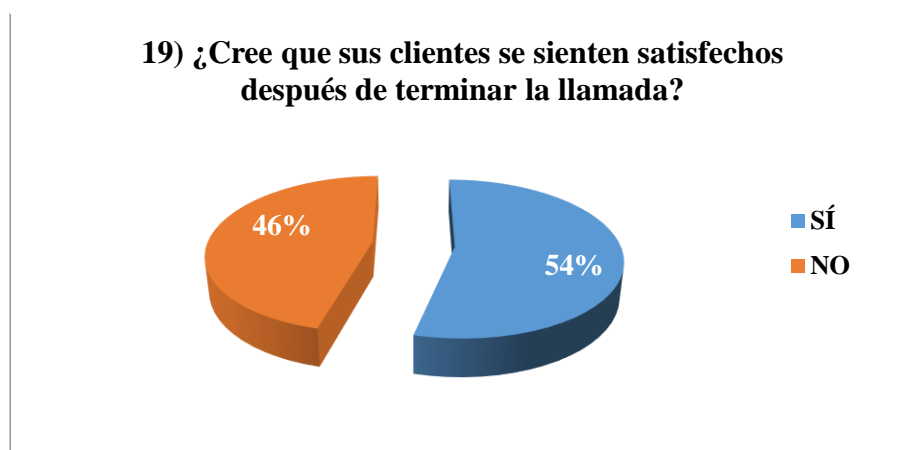
**19) ¿Cree que sus clientes se sienten satisfechos después de terminar la llamada?**

**Tabla 34 Pregunta 19**

ALTERNATIVA	F	%
SÍ	54	54%
NO	46	46%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 34 podemos afirmar que un poco más de la mitad de encuestados siendo ellos un 54% del total, nos indica que sus clientes no sí sienten satisfechos con sus servicios, pero un 46% indica que no, sea por motivos de pocas capacitaciones y motivación al personal.

**Ilustración 30 Pregunta 19**



Según la población encuestada nos asegura que sus clientes sí se sienten satisfechos con sus servicios brindados siendo tan sólo un 54% del total de los encuestado, sin embargo como una respuesta negativa y muy preocupante, el 46% de ellos nos indican que no, y es casi la mitad, es una situación que no tiene estabilidad en el proceso de atención.

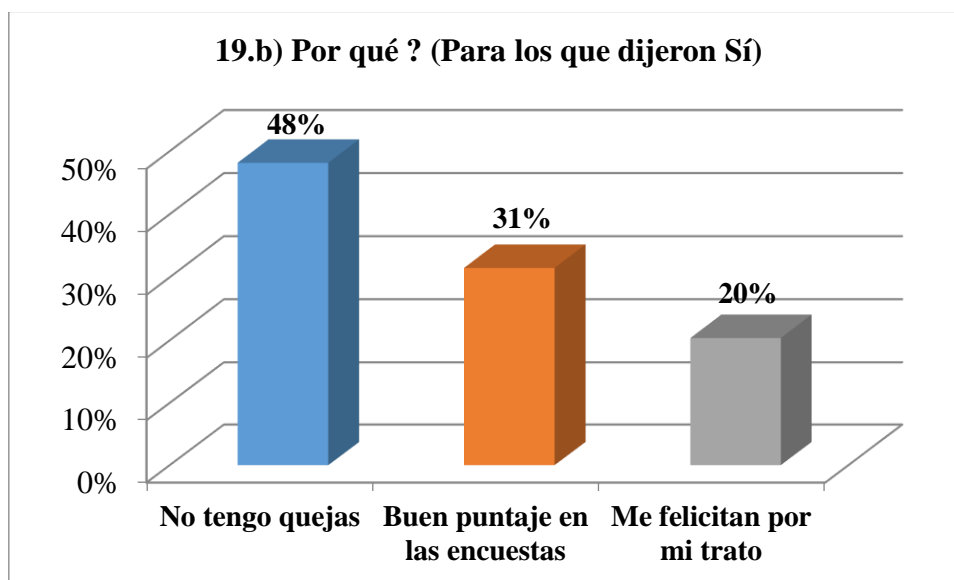
**19.b) ¿Por qué? (Para los que dijeron Sí)**

**Tabla 35 Pregunta 19.b**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
No tengo quejas	26	48%
Buen puntaje en las encuestas	17	31%
Me felicitan por mi trato	11	20%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 35 podemos afirmar que la gran mayoría de los encuestados, siendo un 48% de ellos, afirman que después de cada atención indican al cliente que realice una encuesta de satisfacción y en ello tienen buenos comentarios, un 31% informa que en sus puntajes están bien y un 20%, sus clientes lo felicitan por el buen trato.

**Ilustración 31 Pregunta 19.b**



Este grafico nos muestra el porcentaje de las personas que indicaron que si los clientes se sienten satisfechos con sus servicios, teniendo las siguientes afirmaciones: el 48% informa que su líder o supervisor no ha tenido queja de su trabajo, el 31% de los encuestados del call center Terceriza ubicada en lima , nos indican que sus clientes



están satisfechos ya que ellos ven que les ponen un buen puntaje en sus encuestas, mientras que el 20% asegura que los clientes le felicitan cuando realizan una buena atención.

**20) ¿El diálogo qué mantiene con sus clientes es interactivo?**

**Tabla 36 Pregunta 20**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	35	35%
NO	65	65%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 36 nos muestra que la gran mayoría de los encuestados aseguran que sus conversaciones no tienen nada de interactivo y lo reflejan en sus atenciones, mostrando con ello un 65% de las encuestas en total.

**Ilustración 32 Pregunta 20**



En el grafico siguiente podemos analizar lo siguiente, que los encuestados siendo ellos gran parte de la población asegura que los sus conversaciones y atenciones no son interactivas para el cliente y en ellos con lleva a que el cliente se sienta aburrido y en casos malhumorado mostrando un 65% de las encuestas, mientras que un 35% afirma que su conversación es interactiva y llegan a una conversación amena con el cliente.

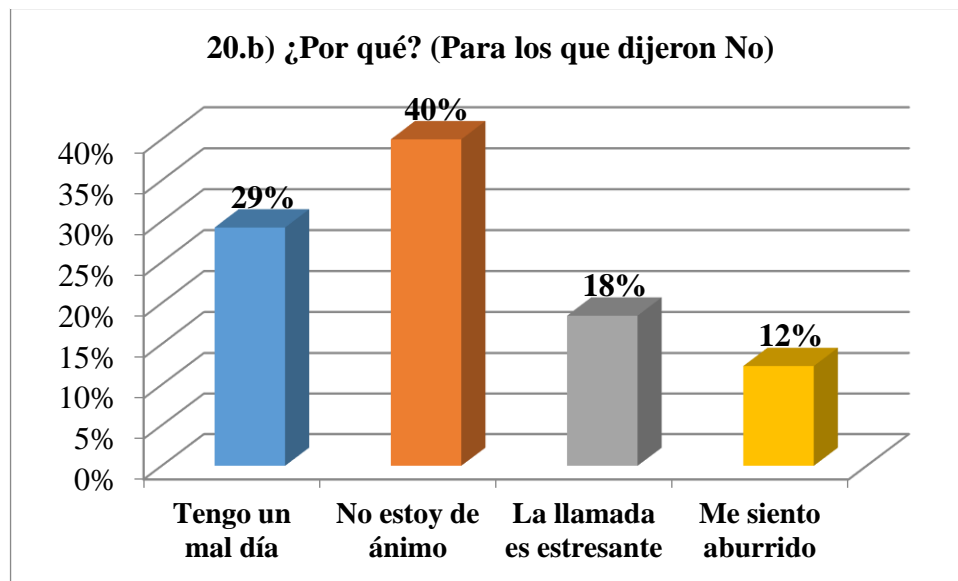
#### **20.b) ¿Por qué? (Para los que dijeron No)**

**Tabla 37 Pregunta 20.b**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Tengo un mal día	19	29%
No estoy de ánimo	26	40%
La llamada es estresante	12	18%
Me siento aburrido	8	12%
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>

En la presente tabla podemos observar que el 40% de trabajadores informan que en ocasiones no están e ánimos, un 29%, dice que justo ese día tuvo un mal día, seguido de un 18% informa que las llamadas son estresantes, les toca clientes críticos como ellos los llaman y por último un 12% indica que está aburrido.

**Ilustración 33 Pregunta 20.b**



En este grafico podemos apreciar que los que dijeron que no muestran una conversación poco interactiva, el 40% informa que no tiene el humor de atender bien, lo cual deduce que este trabajo es emocional y repercute en la atención al cliente, un 29% no es lo suficientemente profesional para dejar los problemas personales afuera, otros asesores informan que no pueden tolerar a clientes que se quejan mucho, eso hace que la conversación sea lineal, y un 12% simplemente por estar aburridos, al parecer están hartos de este trabajo pero siguen laborando ahí.

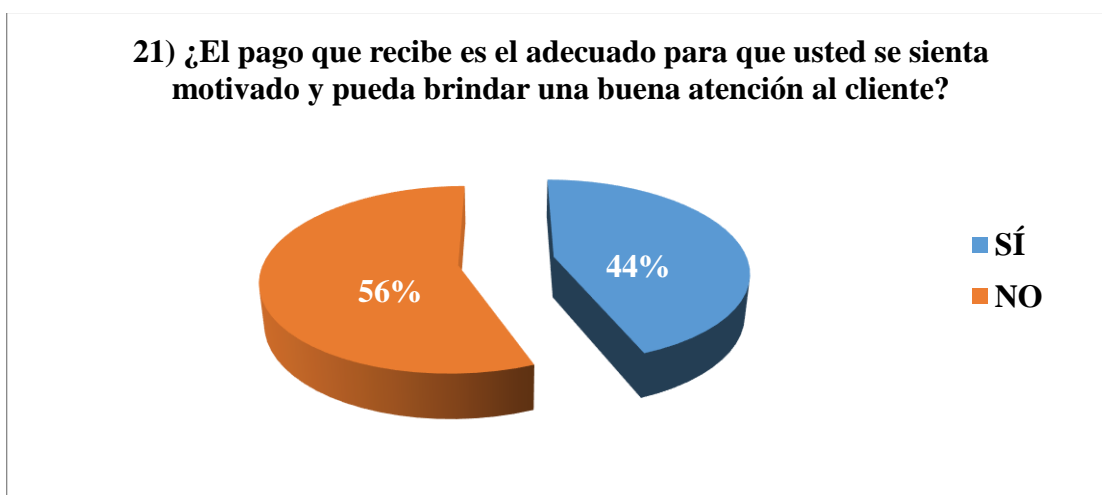
**21) ¿El pago que recibe es el adecuado para que usted se sienta motivado y pueda brindar una buena atención al cliente?**

**Tabla 38 Pregunta 21**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	44	44%
NO	56	56%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la siguiente tabla podemos observar que el 56% siendo mayoría no se siente cómodo con el salario que reciben y eso los desmotiva mucho, como para seguir laborando en la empresa Terceriza ubicada en lima, sólo el 44% está de acuerdo con el pago.

**Ilustración 34 Pregunta 21**



Podemos analizar en este grafico que el dinero es un factor para la buena atención, siendo con ello un 56% del total en que indica que no reciben un pago adecuado en su centro laboral de Terceriza ubicado en lima y eso influye en su trabajo y estado anímico

que con lleva a un trato no tan bueno, mientras que el 44% de los encuestados afirman que, si se sientes bien con el sueldo que reciben, según ellos es el adecuado.

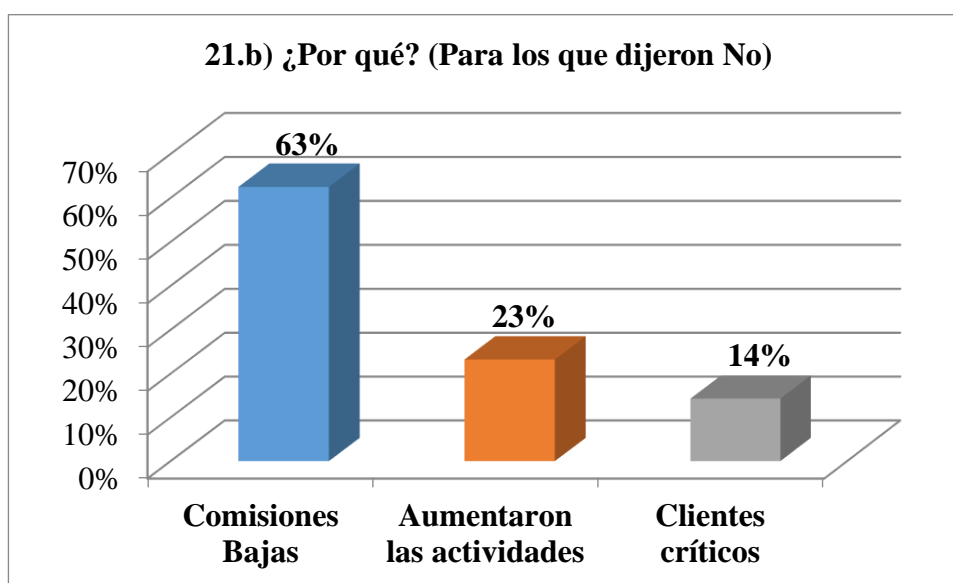
### 21.b) ¿Por qué? (Para los que dijeron No)

**Tabla 39 Pregunta 21.b**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Comisiones Bajas	35	63%
Aumentaron las actividades	13	23%
Cientes críticos	8	14%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 39 los encuestados indican que no se sienten a gusto con el pago, ya que el 63% dice que las comisiones son muy bajas, un 23% dice que aumentaron más actividades de las que realiza y un 14% dice que son varios los clientes críticos.

**Ilustración 35 Pregunta 21.b**



Se deduce del gráfico, que más de la mitad de encuestados dice que el pago no es el adecuado, las comisiones son bajas y como vimos anteriormente, para llegar a cumplirlas son difíciles, luego otros asesores dicen que aumentaron los procesos y actividades, pero el sueldo queda igual, como por ejemplo ellos hacían atención al cliente con ventas cruzadas, ahora también los capacitaron para soporte técnico y por último un 14% dice que por el mismo proceso que es defectuoso, son muchos los clientes enojados que llaman, por ende por tratar con esos tipos de clientes es agotador y debería haber un reconocimiento por ello.

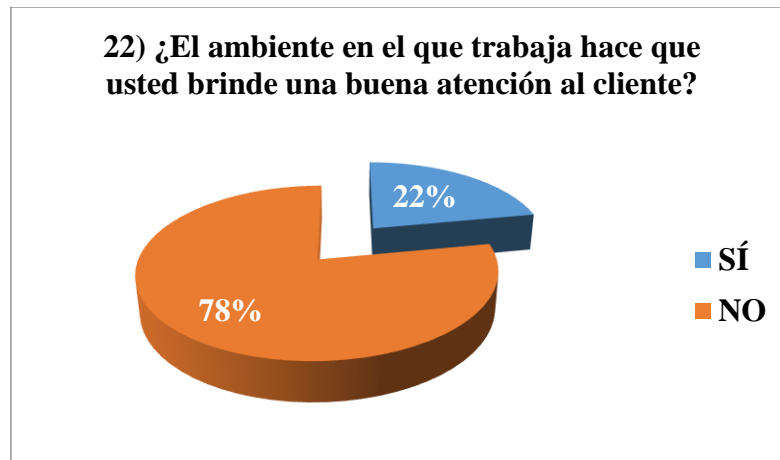
**22) ¿El ambiente en el que trabaja hace que usted brinde una buena atención al cliente?**

**Tabla 40 Pregunta 22**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SÍ	22	22%
NO	78	78%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la Tabla 40 podemos asegurar que el 78% de los encuestados no muestran la comodidad en su centro laboral para realizar un trabajo adecuado y sobre todo brinden la atención adecuada a sus clientes.

### Ilustración 36 Pregunta 22



En este grafico gran parte de la población no indica según la encuesta realizada que el 78% de ellos dan una respuesta negativa siendo un No, que con llega a un gran declive en la pregunta si el ambiente es el adecuado, podemos analizar que no se siente augustos en su centro laboral y sobre todo la seguridad de la empresa, ya que el ambiente no es bueno y eso sería muy mal como una empresa que trabaja en atención al cliente. El 22% siendo minoría indica que si el ambiente es bueno y pueden trabajar con normalidad.

**V. ANÁLISIS:  
HIPÓTESIS,  
OBJETIVOS Y  
MÉTODOS**



## **5.1. ANÁLISIS POR HIPÓTESIS**

### **5.1.1. HIPÓTESIS ALTERNA**

*“La satisfacción Laboral influye significativamente en la atención al cliente de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.”*

La hipótesis Alterna ha sido aceptada, ya que los resultados adquiridos revelan evidencia que afirman la misma, puesto que casi la totalidad de los encuestados denuncian que no se sienten motivados en la empresa que su estado de ánimo puede influir, tanto como para para que en ocasiones no puedan brindar una adecuada atención.

### **5.1.2. HIPÓTESIS NULA**

*“La satisfacción Laboral no influye significativamente en la atención al cliente de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.”*

La hipótesis nula ha sido rechazada a diferencia de la hipótesis alterna. En este caso hemos podido comprobar que los resultados han mostrado en cuanto a la satisfacción laboral como influyente en la atención al cliente, tomados de las respuesta de los asesores indicando que su estado de ánimo o la motivación que la empresa les pueda dar, mayormente se ve reflejada en la atención que ellos brindan, ya que.

En los datos arrojados se muestran el 62% de los encuestados indican que no se sienten motivados, mientras que sólo el 38% se sienten motivados, por lo que se deduce, que sus estados de ánimo sí afectan mucho en una buena atención que brindan en el público. Esto hallazgos convienen con lo afirmado por Moynihan y Pandey <sup>46</sup> quien mencionan en unos de sus primeros capítulos “Una forma de lograrlo es procurando que los individuos se sientan contentos”.

## **5.2. ANÁLISIS POR OBJETIVOS**

### **5.2.1. OBJETIVO GENERAL**

*“Determinar la influencia de la satisfacción laboral de los asesores comerciales sobre la atención al cliente en la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.”*

Se logró el objetivo general de la investigación, debido a que la técnica utilizada en este caso, la encuesta nos muestra que, la mayor parte de los asesores comerciales consideran que no se encuentran satisfechos en su centro laboral, y por ende repercute en ocasiones en una mal gestión, uno de los elementos que intervienen en ello es la actitud de la sociedad frente a ellos, ya que no buscan los ambientes adecuados para que ellos puedan desarrollarse, interrelacionarse y sentirse a gusto en el aspecto monetario.

---

<sup>46</sup> Moynihan y Pandey (2007), Pág. 9

### 5.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

*“Conocer como la empresa influye en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017”*

Luego de realizada la encuesta observamos que la empresa no se siente comprometida con el bienestar de sus trabajadores no presentando

- Ningún taller motivacional para reformar el ambiente laboral en la sociedad.
- No brinda momentos de interrelación, ni eventos sociales.
- No da bonos de merecedores de su esfuerzo laboral.

Pero también observamos, que si la empresa realizara talleres motivacionales influiría en la satisfacción de sus empleados, y de esta manera se mejoraría su desempeño en la gestión que realizan de manera diaria.

*“Conocer que factores influyen en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de Agustino, 2017.”*

Se logró demostrar los componentes que influirían en la satisfacción laboral de los colaboradores.

- La infraestructura
- Talleres motivacionales
- Incentivos económicos, por cumplimiento de objetivos.
- Línea de carrera.
- Reconocimiento por buena gestión.

*“Conocer cómo influyen los clientes para que la empresa les pueda brindar una buena atención con los asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L del distrito de El Agustino, 2017.”*

El objetivo trazado fue cumplido ya que la atención que se brinda a los clientes, varía según los servicios que tiene cada cliente, y como es que se desea mejorarlo, además de ello observamos que la actitud de los clientes influye en la atención que brindan los asesores comerciales, ellos tratan de atender bien, pero a veces no pueden por factores anteriormente mencionados que los aquejan.

### **5.3. ANÁLISIS DEL MÉTODO**

#### **5.3.1. POBLACIÓN**

Se considero para el presente trabajo de investigación a un público característico que cumpla con los siguientes estándares de selección como: laborar actualmente en la empresa y tener una función de asesor comercial, ya que son ellos quienes tienen trato directo e interactivo con los clientes. Está comprendida por varones y mujeres con mayoría de edad.

Se define a la población como determinada, ya que para la obtención de nuestros resultados, se tomó a la población específica que nos daría la información que necesitamos obtener acerca atención y satisfacción laboral que se desarrolla en la empresa.

Se considera importante el haber elegido a esta población en particular porque son aquellos involucrados directamente con la atención al cliente y tener contacto con ellos en el distrito de Santa Anita.

### **5.3.2. MUESTRA**

Esta muestra fue elegida por representar a un público en específico en nuestra investigación formulando para llegar al resultado con los datos de nuestra población, margen de error y nivel de confianza, teniendo en cuenta que el total de la muestra es de 100 encuestados, que fue de 100 asesores de manera que se encuentran distribuidas en la siguiente área de atención al cliente.

Se encuestaron a personas mayores de 18 años que son asesores comerciales de la empresa Terceriza Perú S.R.L. Para la realización de las encuestas se determinó que se establecería una fecha adecuada para lo cual el grupo pueda realizar las encuestas asignadas.

La aplicación de las encuestas fue realizada en forma equitativa, de esta manera se permitió agilizar el proceso, promoviendo así el trabajo en equipo.

### **5.3.3. TIPO DE MUESTREO**

En Terceriza Perú S.R.L. se hizo un muestreo por conglomerados o también llamado unidad muestral, quiere decir, un grupo de elementos de la población, en este caso, los asesores comerciales que se encuentran en el área de atención al cliente de dicha empresa.

### **5.3.4. INSTRUMENTO**

El instrumento elegido fue la encuesta con preguntas cerradas y sobre todo abiertas, ya que con estas últimas planeamos obtener mayores resultados de los encuestados.

Tuvo que ser sometido a una evaluación de pares para determinar la pertinencia de los ítems respecto a su indicador y dimensión. Utilizamos este método llamado también revisión por pares o arbitraje ya que consideramos la revisión de nuestras preguntas a especialistas de la materia a fin de tener óptimos resultados para nuestra investigación.

Los resultados de la validación del instrumento fueron favorables, puesto que los evaluadores estuvieron totalmente de acuerdo en un 24% con la estructura de la encuesta, mientras que en un 31% señalaron estar de acuerdo con la redacción de las preguntas, con observaciones mínimas y un 5% sobre la claridad y redacción del ítem.

La encuesta utilizada no cuenta con alguna escala de veracidad, por lo que no se puede negar el supuesto de que los encuestados hayan falseado algunas de sus respuestas en determinadas preguntas.

# **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **6.1. CONCLUSIONES**

- Se consiente la hipótesis alterna; hemos podido comprobar que los resultados han mostrado en cuanto a la satisfacción laboral como influyente en la atención al cliente, y en esta Empresa Terceriza Perú S.R.L. está influyendo de manera negativa, ya que existen problemas en el desempeño de sus asesores.
- Se rechaza la hipótesis nula ya que los resultados conseguidos en las encuestas arrojan que casi la totalidad de los encuestados sí se ven afectados por no sentirse satisfechos en su centro laboral, repercutiendo en la atención que brindan en la misma.
- Se lograron comprobar los objetivos y se logró dar respuesta a las preguntas de la investigación, general y específicas, aplicando el método cuantitativo.
- Se logró el objetivo general de la investigación, siendo el instrumento la encuesta que nos muestra que, la mayor parte de los asesores comerciales consideran que no se encuentran satisfechos en su centro laboral, y que hay situaciones dentro de la empresa que puede hacer repercutir su desempeño como asesor, ya que el 62% de los encuestados no se sienten motivados en su trabajo por ello, no logran realizar su trabajo de buena manera y poder lograr sus objetivos.
- Se comprobó el objetivo específico ya que la empresa no brinda ningún medio de ayuda motivacional a su personal. No pudimos encontrar datos positivos



hacia la empresa con respecto a si brindan algún apoyo para que ellos se sientan motivados en sus ventas. Ningún taller motivacional para mejorar el clima laboral y tampoco crear ambientes agradables para ellos.

- La satisfacción laboral en la empresa no es tan buena, los empleadores no se sienten tan motivados en su área esto indicando como un 68% de las encuestas como aspecto negativo.
- En la empresa se informa que si brindan charlas (69%), pero no son se está generando resultados que brindan buenos resultados, ya que no suelen ser muy constantes para que a ellos les pueda beneficiarse.
- Los medios de capacitación o charlas un grupo de ellos indican que lo realizan los mismos supervisores de sus áreas, los cuales lo hacen cuando quieren llegar a su meta.
- La empresa no le toma tanta importancia en brindar capacitaciones constantes para los empleadores.
- Podemos llegar a la conclusión que los trabajadores informan que su atención es buena (25%), pero otro grupo reconoce que su atención es regular (22%) y no se esfuerzan por mejorar dicha atención, ya que no siente que la empresa reconozca ello.

- Los empleadores cooperan entre ellos cuando se les presenta algún problema, ayudando a su compañero de trabajo cuando tienen alguna duda.
- La ayuda a los empleadores por parte de la empresa no se ve reflejada en un 65%, situación preocupante, existe una gran indiferencia por parte de la Empresa, la misma no les brinda la ayuda que necesitan en cuanto a un problema que se les presenta y tienen miedo de informarlo ya que pueden tomar represalias contra ellos.
- Podemos llegar a la conclusión que en la empresa, los empleadores dan un punto negativo respecto a la igualdad entre la empresa y ellos con un 53%, sin embargo eso es para considerar, ya que el 47% dice que sí, la diferencia no es mucha, así que pueden involucrar aspectos subjetivos.
- En la empresa Terceriza Perú muchos de los encuestados indican que si, en algún momento se han sentido discriminado por sus supervisores e incluso sus propios compañeros de trabajo mostrando con un índice de 68%, esto se debe a que a veces no llegan a su meta y los subestimas por no desempeñarse en su puesto laboral como debe ser, hay que recalcar que no han manifestado discriminación racial.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

- Generar un lazo estrecho entre la empresa Terceriza Perú S.R.L., empezando por el Gerente, ya que varios asesores informaron que no lo conocen, lo ven como una persona soberbia.
- Brindar actividades de relaciones interpersonales, celebración de cumpleaños, una reunión por aniversario de la empresa, eventos deportivos, entre otros.
- Crear temas de manejo de estrés y motivación para los asesores de la empresa Terceriza Perú S.R.L. que sean mensuales, ya que muchos de ellos se encuentran en el área atención al cliente, ventas y reclamos. Su estado anímico influye mucho en ello.
- Dictar temas muy puntuales y de mucho interés para la función que cada uno desempeña, ya que estos criterios pueden ayudar a que realicen una mejor función y ofrecer mejor sus servicios.
- Realizar las charlas y reuniones dentro del horario de trabajo, deben ser más empáticos y ver que el trabajo de sus asesores es un poco pesado y que lo que desean ni bien termina su jornada es descansar y despejar su mente.
- No dejar que sean solo los supervisores los cuales se involucren con escuchar y motivarlos. Ellos también quieren que la empresa muestre interés en el trabajo

que realizan.es la empresa la cual debe de mostrar la iniciativa y empezar a realizar charlas o reuniones.

- Hacer una revisión exhaustiva sobre los problemas de discriminación y buylling laboral, es un tema muy delicado y se debe de tratar lo más rápido posible.
- Apoyar a los asesores que tienen buen desempeño, creando un taller de futuros líderes, es muy importante la preparación y sobre todo brindar un crecimiento personal.
- La empresa al ser un outsourcing tiene que tener un mejor filtro para aceptar a carteras nuevas, ya que el principal cliente tiene un mal proceso en el cual, ellos no pueden involucrarse, pero los perjudica cuando los clientes enojados llaman.
- Realizar un análisis para aumentar las comisiones ofrecidas, los asesores indican que tienen la predisponibilidad para vender, pero no se sienten inspirados para hacerlo ya que su comisión no es muy alta y también ver la forma que sean más accesibles; indicaron que sus metas son en ocasiones inalcanzables, muy exigentes.
- Generar alianzas estratégicas con empresas de salud, cuidado personal, como Spa's, de esta manera pueden tener un cupón de descuento e ir a realizarse masajes y sesiones de relajó para eliminar el estrés acumulado.

# **BIBLIOGRAFÍA**

- Gamboa, Erick (2010) “Satisfacción laboral: Descripción teórica de sus determinantes” consulta 25 de octubre de 2017:  
<http://www.psicologiacientifica.com/satisfaccion-laboral-determinantes>
- Medina(2008), "motivación y satisfacción de los trabajadores y su influencia en la creación de valor económico en la empresa"  
[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003476122008000600009&script=sci\\_abstract&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003476122008000600009&script=sci_abstract&tlng=es)
- Roldan(2009), "calidad y productividad"  
<https://escueladecoach.wordpress.com/>
- Davis y Newstrom (2003), "satisfacción laboral, conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con que los empleados ven su trabajo. Se trata de una actitud afectiva, un sentimiento de agrado o desagrado relativo hacia algo"  
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf -pg12>
- Fernández (2007) satisfacción Laboral, actitud de compromiso hacia el trabajo y su relación con conductas autodestructivas.  
[http://catariana.udlap.mx/udla/tales/documentos/lps/fernandez\\_m\\_p/resumen.html](http://catariana.udlap.mx/udla/tales/documentos/lps/fernandez_m_p/resumen.html)

- LINKS DE LOS ANTECEDENTES
  - INTERNACIONALES
    - 1) [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/carrillo\\_g\\_d/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/carrillo_g_d/)
    - 2) <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>
    - 3) <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC112354.pdf>
  - NACIONALES
    - 1) [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1140/Pelaez\\_lo\(2\).pdf?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/1140/Pelaez_lo(2).pdf?sequence=1)
    - 2) <https://es.slideshare.net/rosasubauste2013/proyecto-de-tesis-clima-laboral-en-el-area-de-atencion-al-cliente-de-empa-caete-sa-2013-san-vicente-de-caete>
    - 3) [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/822/1/TL\\_MillanLobatonJannet\\_MonteroCajusaolMarilyn.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/822/1/TL_MillanLobatonJannet_MonteroCajusaolMarilyn.pdf)

# ANEXOS



**Tabla 41 Matriz de Consistencia**

TÍTULO: "SATISFACCIÓN DE LOS ASESORES COMERCIALES Y SU INFLUENCIA SOBRE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA TERCERIZA PERÚ S.R.L. DEL DISTRITO DE EL AGUSTINO, 2017"							
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS ALTERNA	VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES V.I.	INDICADORES V.I.	NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Cómo influye la Satisfacción laboral de los Asesores comerciales sobre la atención al cliente en la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017?	Determinar la influencia de la satisfacción laboral de los asesores comerciales sobre la atención al cliente en la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017	La Satisfacción Laboral influye significativamente en la Atención al Cliente de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017	Satisfacción Laboral	Empresas	Charlas de Información laboral	Básica	Asesores Comerciales de la Empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017
					Motivación al empleado	TIPO DE INVESTIGACIÓN	
					Identidad Corporativa	Descriptiva	
				Empleados	Orientación al Servicio	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	
					Cooperación	<div>                     Descriptiva Simple                     <div> <div>V.I</div> <div>V.D</div> </div> <math display="block">n = x + y</math> <p> <b>Dónde:</b>  <b>M</b> = muestra  <b>X</b>= VI  <b>Y</b>= VD  <b>O1</b>= Obser X  <b>O2</b> =Obser Y                 </p> </div>	100 Asesores Comerciales
					Trabajo en Equipo		
					Igualdad		
					Compromiso		
					Respeto		
				Clientes	Orientación al Servicio		ENCUESTA
					Trato Horizontal		
					Diálogo adecuado		INSTRUMENTO
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS NULA	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES V.D.	INDICADORES V.D.	JUSTIFICACIÓN	PROCESAMIENTO DE DATOS
¿De qué manera la empresa influye en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017?	Conocer como la empresa influye en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017	La Satisfacción Laboral no influye significativamente en la Atención al Cliente de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017	Atención al Cliente	Alta Gerencia	Capacidad de Escuchar	El presente trabajo pretende dar a conocer los factores que influyen positivamente o negativamente en los empleados, para alcanzar la satisfacción laboral y su incidencia en el desempeño de las personas dentro de las empresas, además pretendemos también demostrar de qué manera la satisfacción de los empleados influyen en la atención que brindan a los clientes de la empresa.	Análisis, gráficos de resultado por encuestas y análisis de distribución de frecuencias.
					Motivación para dirigir		
					Capacidad de motivación y liderazgo		
				Administrativo	Capacitación al Personal		
					Remuneración		
					Compensación y Beneficios		
				Infraestructura	Seguridad		
					Ambiente		
					Tecnología Adecuada		
¿Qué factores influyen en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017?	Conocer que factores influyen en la satisfacción laboral de los asesores comerciales de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017						
¿Cómo influyen en los clientes para que la empresa les pueda brindar una buena atención con los asesores comerciales de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017?	Conocer cómo influyen en los clientes para que la empresa les pueda brindar una buena atención con los asesores comerciales de la empresa TERCERIZA PERÚ S.R.L. del distrito de El Agustino, 2017?						

**“ENCUESTA SOBRE OPINIÓN SOBRE LA SATISFACION LABORAL Y LA ATENCION AL CLIENTE”**

“Buenos tardes. Somos estudiantes de la Universidad Tecnológica del Perú, estamos realizando una investigación acerca de opinión sobre la satisfacción laboral y la atención al cliente y necesitamos de su colaboración para dar respuesta a las siguientes preguntas”

**Puesto de trabajo:** \_\_\_\_\_

**PREGUNTAS:**

**1. ¿Se siente satisfecho en su Centro Laboral?**

b) SÍ

b) NO

**2. ¿Cree que la empresa apoya a sus trabajadores cuando se presentan algún problema?**

a) SÍ

b) NO

**¿Cómo?** \_\_\_\_\_

**3. ¿Se siente motivado en la empresa que labora?**

a. SÍ

b) NO

**4. ¿De qué manera esta empresa realiza dicha motivación?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**5. ¿En su empresa realizan charlas o capacitaciones constantes?**

a) SÍ

b) NO

**¿Cuál?** \_\_\_\_\_

6. ¿Las capacitaciones recibidas van de acuerdo a su trabajo? (Para los que dijeron Sí)

a) SÍ

b) NO

7. ¿Cómo fomentan la integración o socialización dentro de tu empresa?

---

---

8. ¿Cree usted que sus compañeros de trabajo cooperan con sus supervisores?

a) SÍ

b) NO

¿Cómo? \_\_\_\_\_

9. ¿Trabajan en equipo para buscar una solución en cuanto a un problema?

a) SÍ

b) NO

¿Cómo? \_\_\_\_\_

10. ¿La empresa se encuentra comprometida con su personal para que brinden un mejor servicio?

a) SÍ

b) NO

¿Por qué? \_\_\_\_\_

11. ¿Cree usted que la alta gerencia muestra motivación para dirigir?

a) SÍ

b) NO

Explique \_\_\_\_\_

12. ¿Alguna vez ha presentado alguna queja en gerencia y ha obtenido alguna respuesta?

a) SÍ

b) NO

Explique \_\_\_\_\_

13. ¿Considera que el trato que recibe usted es el mismo a diferencia de sus compañeros?

a) SÍ

b) NO

**Explique** \_\_\_\_\_

**14. ¿Alguna vez se ha sentido discriminado en la empresa?**

a) SÍ

b) NO

\_\_\_\_\_

**15. ¿Usted recibe alguna compensación o beneficio en su trabajo cuando realiza alguna meta?**

**Explique** \_\_\_\_\_

**16. ¿Considera usted que la infraestructura de su empresa le brinda seguridad?**

a) SÍ

b) NO

**17. Califique la atención que brinda a sus clientes**

a) Muy Bueno

b) Bueno

c) Regular

d) Malo

e) Pésimo

**18. ¿Qué técnicas utiliza usted para que su cliente se sienta satisfecho por su servicio?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**19. ¿Cree que sus clientes se sienten satisfechos después de terminar la llamada?**

a) SÍ

b) NO

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**20. ¿El dialogo qué mantiene con sus clientes es interactivo?**

a) SÍ

b) NO

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**21. ¿El pago que recibe es el adecuado para que usted se sienta motivado y pueda brindar una buena atención al cliente?**

a) SÍ

b) NO

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**22. ¿El ambiente en el que trabaja hace que usted brinde una buena atención al cliente?**

a) SÍ

b) NO

**Le agradecemos mucho su colaboración**

Al finalizar, deberán trasladar todas las valoraciones en la siguiente tabla resumen, contabilizando para cada uno de los ítems del instrumento el total de acuerdos y desacuerdos.

TABLA RESUMEN DE VALIDACIÓN					
ÍTEM	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NEUTRAL A LA PREGUNTA	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
1	✓	✓✓			
2			✓✓	✓	
3		✓✓		✓	
4		✓✓✓		✓	
5	✓	✓✓			
6		✓✓✓			
7	✓	✓✓✓			
8	✓✓	✓✓			
9	✓✓	✓			
10		✓✓		✓	
11	✓✓	✓✓			
12	✓✓	✓		✓	
13	✓✓		✓		
14		✓✓✓			
15	✓✓	✓			
16	✓✓	✓			
17	✓	✓		✓	
18	✓	✓	✓		
19		✓	✓		
20	✓✓	✓			
21	✓✓	✓			
22	✓✓	✓			
TOTAL	24	31	5	5	
%*	24%	31%	5%	5%	

### Datos de los Jueces:

#### Nombres y Apellidos

#### Firmas

JUEZ 1. Maria Vega Castro  
 JUEZ 2. Michael Pascual Huidobro  
 JUEZ 3. Anabel Del Aguila Posadas  
 JUEZ 4. ....  
 JUEZ 5. ....  
 JUEZ 6. ....

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

Cercado de Lima, 13 de 10 de 2017

## FORMATO DE VALIDACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

**CURSO** : **PROYECTO DE INVESTIGACION II**  
**DOCENTE** : **PAZOS FALCON, Arturo Manuel**  
**INTEGRANTES** : **CUELLAR AVILA, Carol.**  
**TORRES QUISPE, Ahyza**

---

A continuación, realizarán el procedimiento de **validación por criterio de jueces**. Este tipo de validación, permite a los jueces (estudiantes que evalúan el instrumento) asignarle una valoración a cada ítem, con el fin de evaluar su pertinencia respecto a la dimensión e indicador de la variable de estudio. Es indispensable que los jueces cuenten con la **matriz de consistencia** que respalda al instrumento, para una óptima evaluación.

Este procedimiento, también permitirá mejorar algunos aspectos de contenido de los ítems, tales como redacción, coherencia, utilidad, entre otros.

### **Ficha técnica del instrumento:**

Variable Dependiente : Atención al cliente

Variable Independiente : Satisfacción laboral

Dimensiones:

Dimensiones de la VI :

- Empresas
- Empleados
- Clientes

Dimensiones de la VD :

- Alta gerencia
- Administrativo
- Infraestructura

### **INDICACIONES:**

Para evaluar los ítems del instrumento (encuesta) usted contará con las siguientes alternativas:

**TA** : Totalmente de Acuerdo  
**DA** : De Acuerdo  
**N** : Neutral con la pregunta  
**ED** : En Desacuerdo  
**TD** : Totalmente en Desacuerdo

Les presentamos un ejemplo relacionado con el trabajo. Anote una **"X"** en el espacio que crea conveniente según su nivel de acuerdo o de desacuerdo.

### **Ejemplo:**

**ÍTEM 1.** "En su centro de trabajo, las reuniones son convocadas de manera imprevista o de última hora"

ÍTEM	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

**OBSERVACIÓN: En caso ustedes estuvieran “en desacuerdo” o “totalmente en desacuerdo” por favor indiquen sus:**

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**1) ¿Se siente satisfecho en su Centro Laboral?**

ÍTEM 1	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**2) ¿Cree que la empresa apoya a sus trabajadores cuando se presentan algún problema? ¿Cómo?**

ÍTEM 2	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**3) ¿Cree que la empresa apoya a sus trabajadores cuando se presentan algún problema?**

ÍTEM 3	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**4) ¿De qué manera esta empresa realiza dicha motivación?**

ÍTEM 4	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**5) ¿En su empresa realizan charlas o capacitaciones constantes? ¿Cuál?**

ÍTEM 5	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....



**6) ¿Las capacitaciones recibidas van de acuerdo a su trabajo? (Para los que dijeron Sí)**

ÍTEM 6	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**7) ¿Cómo fomentan la integración o socialización dentro de tu empresa?**

ÍTEM 7	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**8) ¿Cree usted que sus compañeros de trabajo cooperan con sus supervisores? ¿Cómo?**

ÍTEM 8	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**9) ¿Trabajan en equipo para buscar una solución en cuanto a un problema? ¿Cómo?**

ÍTEM 9	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**10) ¿La empresa se encuentra comprometida con su personal para que brinden un mejor servicio? ¿Por qué?**

ÍTEM 10	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**11) ¿Cree usted que la alta gerencia muestra motivación para dirigir? Explique**

ÍTEM 11	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**12) ¿Alguna vez ha presentado alguna queja en gerencia y ha obtenido alguna respuesta?  
 Explique**

ÍTEM 12	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**13) ¿Considera que el trato que recibe usted es el mismo a diferencia de sus compañeros?  
 Explique**

ÍTEM 13	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**14) ¿Alguna vez se ha sentido discriminado en la empresa?**

ÍTEM 14	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**15) ¿Usted recibe alguna compensación o beneficio en su trabajo cuando realiza alguna meta? Explique**

ÍTEM 15	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

**16) ¿Usted recibe alguna compensación o beneficio en su trabajo cuando realiza alguna meta?**

ÍTEM 16	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....

17) ¿Usted recibe alguna compensación o beneficio en su trabajo cuando realiza alguna meta?

ÍTEM 17	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

18) ¿Qué técnicas utiliza usted para que su cliente se sienta satisfecho por su servicio?  
 ¿Por qué?

ÍTEM 18	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

19) ¿Cree que sus clientes se sienten satisfechos después de terminar la llamada? ¿Por qué?

ÍTEM 19	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

20) ¿El dialogo qué mantiene con sus clientes es interactivo? ¿Por qué?

ÍTEM 20	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

21) ¿El pago que recibe es el adecuado para que usted se sienta motivado y pueda brindar una buena atención al cliente? ¿Por qué?

ÍTEM 21	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

22) ¿El ambiente en el que trabaja hace que usted brinde una buena atención al cliente?

ÍTEM 22	TA	DA	N	ED	TD
<b>TOTAL</b>					

Objeciones/Sugerencias:.....  
 .....  
 .....

Al finalizar, deberán trasladar todas las valoraciones en la siguiente tabla resumen, contabilizando para cada uno de los ítems del instrumento el total de acuerdos y desacuerdos.

TABLA RESUMEN DE VALIDACIÓN					
ÍTEM	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NEUTRAL A LA PREGUNTA	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
<b>TOTAL</b>					
<b>%*</b>					

**Datos de los Jueces:**

<b><u>Nombres y Apellidos</u></b>	<b><u>Firmas</u></b>
JUEZ 1.....	.....
JUEZ 2.....	.....
JUEZ 3.....	.....
JUEZ 4.....	.....
JUEZ 5.....	.....
JUEZ 6.....	.....

Cercado de Lima, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2017

